

n° 08

# L'OPTIMISTE

Bpifrance s'engage et L'Optimiste y contribue. Inscrire notre histoire dans le temps et la partager, entre collaborateurs et entrepreneurs, c'est le sens de ce média. Le journal que vous tenez entre les mains a été conçu dans une démarche écoresponsable. Son papier est issu de forêts durablement gérées et son encre est low-energy. Le faire dans le pur respect de l'environnement, y mettre tout ce que nous sommes les uns et les autres, c'est notre engagement à Tous.

LE FESTIVAL

DES ENTREPRENEURS

ÉDITION SPÉCIALE

BIG  
TOUR

AU CŒUR DE  
NOS RÉGIONS

## ÉDITO

Le Big Tour est à nouveau sur la route. Il va s'arrêter dans trente villes de France entre mars et septembre, avant de culminer à l'Accor Arena. Il place toutes les régions de France sur un plan d'égalité. Il va à la rencontre des Français, de 7 à 77 ans, pour leur faire aimer l'entreprise, pour qu'ils sachent s'aimer eux-mêmes. Tant d'histoires de femmes et d'hommes qui ont la niaque, prennent leur élan, ne se retournent pas et foncent vers leur destin. La France protège ceux qui prennent des risques, je voudrais dire par conséquent : n'ayez pas peur d'en prendre. Ne craignez pas l'échec. Allez partout porter les couleurs de l'entrepreneur français.

**NICOLAS DUFOURCQ**  
Directeur général de Bpifrance

# BIG TOUR,

# LE FESTIVAL DES ENTREPRENEURS

## EN 2022, LES ENTREPRENEURS FONT LEUR FESTIVAL !

**PATRICE BÉGAY**

Directeur exécutif Communication et Bpifrance Excellence, Bpifrance

**Porteurs de projets, entrepreneurs en herbe, entrepreneurs confirmés, le Big Tour est votre événement.**

Après le succès des deux éditions précédentes qui ont prouvé une fois de plus la réussite du collectif, le Big Tour se transforme et se métamorphose cette année en un festival : le premier festival itinérant des entrepreneurs en Europe. Avec plus de trente dates durant dix mois et dans toutes les régions, le Big Tour montre toute la richesse du savoir-faire entrepreneurial français. En quelques mots, le Big Tour est le village de l'innovation et de l'emploi qui permettra de faire se rencontrer ceux qui recherchent un emploi et les entreprises locales qui recherchent des talents.

Oui, le Big Tour est un incubateur de talents qui permet aux entrepreneurs d'oser grandir pour servir l'avenir. C'est aussi la convergence de toutes les communautés : La French Fab pour transformer l'industrie française, le Coq vert pour s'engager dans la transition écologique, La French Tech pour accélérer la croissance des startups, La French Touch pour valoriser les industries culturelles et créatives et La French Care pour mobiliser l'écosystème de la santé et fédérer ses acteurs, sans oublier Les Excellence, Les Meneurs, Les Accéléérés, Les Deeptech mais aussi l'emploi et notre jeunesse.

Chère jeunesse, vous qui êtes l'avenir de la France, le festival Big Tour est également fait pour vous. L'emploi et la formation sont au cœur d'un parcours dédié, « Booste ta

carrière », pour que vous puissiez trouver votre prochain stage, votre prochaine alternance, formation ou votre premier emploi.

C'est aussi l'occasion avec le Volontariat Territorial en Entreprise (VTE), porté par Bpifrance et tous ses partenaires (ministères, écoles, entreprises), pour les entreprises qui veulent se réinventer et se transformer, de recruter leurs futurs talents à des postes responsabilisants.

Parce que les énergies créatrices sont dans nos régions, l'émission Vive Ta Ville a lieu à chaque étape de la tournée. Elle donne la parole aux entrepreneurs qui ont la niaque, aux invisibles, à toutes celles et tous ceux qui font la cité et la prospérité de leur territoire.

Le Big Tour, c'est le village de l'innovation avec seize espaces pour découvrir des animations de réalité virtuelle afin de conduire différents engins de chantier, visiter une usine, être à l'intérieur d'une fusée, découvrir la seconde vie d'un appareil connecté ou encore explorer toutes les techniques d'élaboration des équipements sportifs des plus grands champions grâce à l'industrie chimique, etc.

Chaque soir, nous célébrons La French Touch ! Parce qu'il est important de partager des instants de vie qui reboostent nos énergies, nous nous retrouvons ensemble pour un spectacle exceptionnel et intergénérationnel. Les ingrédients d'un grand spectacle vivant sont tous réunis : de l'humour avec le Montreux Comedy Festival, des tubes avec Skip The Use, L.E.J., les Talents de The Voice All Stars (Flo Malley, Victoria Adamo, Terence et Casanova) et bien d'autres, et de la danse avec Katrina Patchett, Denitsa Ikonova, Jordan Mouillercac et Christian Millette.

Le Big Tour, c'est aussi plus de 300 partenaires : régions, villes, entreprises, marques, médias, presse quotidienne régionale, presse hebdomadaire régionale, radios, presse magazine, médias d'affichage... présents chaque jour. Vous l'aurez compris, le Big Tour, c'est la grande fête de toutes les énergies créatrices françaises, c'est votre tournée à toutes et tous, c'est notre tournée.

**Bon festival !**

**BPIFRANCE, BANQUE PUBLIQUE D'INVESTISSEMENT, EST DEPUIS 2012 LE PARTENAIRE DE CONFIANCE DE TOUS LES ENTREPRENEURS POUR SERVIR L'AVENIR.**

Notre engagement : être aux côtés des entreprises de toutes les tailles et tous les secteurs d'activité. Créateurs d'entreprises, entrepreneurs des quartiers, startups, TPE, PME, ETI, grands groupes : nous accompagnons, finançons, investissons pour soutenir l'économie française.

## SOMMAIRE

**Le Big Tour parcourt toutes les régions de France. Partons à la rencontre de chacune d'entre elles au gré des pages de L'Optimiste !**

PAGE 4
<b>GRAND EST</b>
PAGE 5
<b>NOUVELLE-AQUITAINE</b>
PAGE 6
<b>OCCITANIE</b>
PAGE 7
<b>CENTRE-VAL DE LOIRE</b>
PAGE 8
<b>HAUTS-DE-FRANCE</b>
PAGE 9
<b>BOURGOGNE-FRANCHE-COMTÉ</b>
PAGE 10
<b>AUVERGNE-RHÔNE-ALPES</b>
PAGE 11
<b>CORSE</b>
PAGE 12
<b>PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR</b>
PAGE 13
<b>PAYS DE LA LOIRE</b>
PAGE 14
<b>BRETAGNE</b>
PAGE 15
<b>NORMANDIE</b>
PAGE 16
<b>ÎLE-DE-FRANCE</b>
PAGE 17
<b>OUTRE-MER</b>
PAGE 18-19
<b>JEUX</b>

**RETROUVEZ-NOUS  
DANS TOUTE LA FRANCE**

05.03 STRASBOURG	22.06 GRENOBLE	24.08 VANNES
20.04 BORDEAUX	25.06 AJACCIO	25.08 PERROS-GUIREC
22.04 TOULOUSE	29.06 AIX-EN-PROVENCE	27.08 FÉCAMP
26.04 MONTPELLIER	02.07 LA-LONDE-LES-MAURES	13.09 CHÂTEAUBOUX
29.04 ZOO PARC DE BEAUVAL	04.07 SAVINES-LE-LAC	15.09 LE MANS
26.05 TOURCOING	06.07 NARBONNE	17.09 TROUVILLE-SUR-MER
28.05 BERCK-SUR-MER	08.07 VIEUX-BOUCAU	18.09 ÉTAPLES-SUR-MER
16.06 REIMS	10.07 BISCAROSSE	20.09 SAINT-QUENTIN-EN-YVELINES
18.06 DIJON	21.08 LES SABLES-D'OLONNE	
20.06 LYON	22.08 PORNIC	



#BIGTOUR  
bigtour.fr

## L'INNOVATION COMME RÉPONSE AUX ENJEUX DE DEMAIN

PAUL-FRANÇOIS FOURNIER  
Directeur exécutif Innovation, Bpifrance

**PAUL-FRANÇOIS FOURNIER, DIRECTEUR EXÉCUTIF DE LA DIRECTION INNOVATION DE BPIFRANCE, NOUS EN DIT PLUS SUR CE QU'EST CONCRÈTEMENT L'INNOVATION ET LE RÔLE QU'ELLE PEUT JOUER FACE AUX GRANDS ENJEUX DE DEMAIN. INTERVIEW.**

### ● QUELLE EST VOTRE DÉFINITION DE L'INNOVATION ?

L'innovation, c'est une intuition ou une idée qui se concrétise et devient une réalité jusqu'à transformer la vie des gens. Le processus d'innovation passe par la créativité. Il y a une dimension de nouveauté, de quelque chose qui n'a jamais été fait auparavant, et dont l'impact économique et social percute le réel.

### ● L'INNOVATION EST UN MOT QUI REVIENT BEAUCOUP EN CE MOMENT, NOTAMMENT DANS LE CADRE DU PLAN FRANCE 2030. POUVEZ-VOUS NOUS EN DIRE PLUS ?

L'ambition de ce plan est d'accélérer les transformations de notre société et permettre à la France de faire partie des nations les plus innovantes à horizon 2030. Des priorités ont été fixées, d'abord sectorielles, avec la volonté de placer la France comme l'un des leaders mondiaux sur des thématiques liées à l'environnement, en favorisant le développement de l'hydrogène, par exemple. Mais aussi dans d'autres secteurs comme la santé, l'agriculture, l'aviation, etc. Il y a une dizaine de grandes verticales qui sont définies et sur lesquelles une grande partie des moyens de ce plan va être déployée. Bpifrance sera évidemment un acteur central pour le financement et la mise en place de ces dispositifs.

### ● PENSEZ-VOUS QUE L'INNOVATION EST UNE RÉPONSE FACE AUX ENJEUX DE DEMAIN ?

Ce n'est pas la seule réponse, mais c'est essentiel de proposer des solutions innovantes face aux défis sociétaux comme le climat, la santé ou encore l'emploi. Dans le cadre de l'environnement, qui est mère de toutes les batailles, les études montrent qu'à horizon 2050, 50% des technologies qui permettraient d'atteindre la neutralité carbone n'existent pas encore aujourd'hui. L'innovation est donc une opportunité pour atteindre ces objectifs. Il est important de préciser que le but n'est pas de développer la technologie à tout prix, mais bien de la développer au service d'un projet de société.

### ● CELA PASSE NOTAMMENT PAR L'ÉMERGENCE DES DEEPTCH, CES STARTUPS INNOVANTES QUI DÉVELOPPENT DES TECHNOLOGIES DE RUPTURE ?

Oui, nous avons lancé le plan Deeptech il y a trois ans pour favoriser le transfert des technologies développées en laboratoire vers l'entrepreneuriat. Ce plan national s'adresse à l'ensemble des territoires en mêlant tous les acteurs régionaux pour construire ensemble un plan adapté aux enjeux locaux. Aujourd'hui, 80% des entreprises deeptech ne sont pas basées à Paris, ce qui participe à l'attractivité des territoires. Les choses avancent dans la bonne direction avec de plus en plus de levées de fonds et de financements pour ces entreprises.

### ● QUE DIRIEZ-VOUS À UN PORTEUR DE PROJET QUI A UNE IDÉE INNOVANTE MAIS QUI NE SAIT PAS PAR OÙ COMMENCER ?

Mon conseil est de partager cette idée pour voir comment elle résonne autour de soi, notamment au sein de l'écosystème entrepreneurial, pour obtenir des retours d'expériences. Au cœur des territoires, les équipes de Bpifrance, les réseaux d'accompagnement, les incubateurs et bien d'autres acteurs peuvent vous épauler pour affirmer votre idée et la challenger. Se lancer signifie forcément prendre des risques ; il est important d'être bien entouré. Comme dit le dicton : « Seul on va plus vite, ensemble on va plus loin ».

## CRÉATION D'ENTREPRISE DANS LES TERRITOIRES : LE POINT DE VUE DU RÉSEAU INITIATIVE FRANCE

PATRICIA LEXCELLENT  
Déléguée générale, Initiative France

**PATRICIA LEXCELLENT, DÉLÉGUÉE GÉNÉRALE DU RÉSEAU INITIATIVE FRANCE, NOUS ÉCLAIRE SUR LA CRÉATION D'ENTREPRISE DANS LES TERRITOIRES ET SUR LE RÔLE DE CE RÉSEAU D'ACCOMPAGNEMENT AUPRÈS DES PORTEURS DE PROJETS.**

996 000 sociétés ont vu le jour en 2021, soit 17,4% de plus qu'en 2020 selon un rapport de l'Insee. Le nombre de micro-entreprises créées par des auto-entrepreneurs a ainsi augmenté de 17%. Mais qu'en est-il de la création en région ? Loin des idées reçues, les territoires offrent depuis longtemps des opportunités entrepreneuriales qui ont su séduire et inspirer bon nombre de porteurs de projets.

Retour avec Patricia Lexcellent, déléguée générale du réseau Initiative France, sur les actions menées par l'organisme en vue de soutenir la création d'entreprise dans les territoires.

### ● POUVEZ-VOUS NOUS PRÉSENTER VOTRE RÉSEAU ?

Initiative France est un réseau composé de 210 associations locales et 800 lieux d'accueil. Nous finançons et accompagnons les entrepreneurs quels que soient leur parcours ou leur secteur d'activité. Nous accueillons et orientons chaque année plus de 50 000 porteurs de projets. Parmi eux, plus de 20 000 bénéficient d'un prêt d'honneur Initiative et d'un accompagnement sur-mesure, gratuit et dans la durée, depuis la finalisation du business plan jusqu'aux premières années de développement de leur entreprise.

### ● POUVEZ-VOUS NOUS EN DIRE PLUS SUR VOTRE COLLABORATION AVEC BPIFRANCE DANS LES TERRITOIRES ? QUELLES ACTIONS Y METTEZ-VOUS EN PLACE POUR FAVORISER LA CRÉATION D'ENTREPRISE ?

Bpifrance est un partenaire majeur soutenant la mission du réseau Initiative France et intervenant aux côtés des associations du réseau auprès des porteurs de projets. En 2021, ce sont plus de 6 300 prêts d'honneur (PH) qui ont été décaissés par Bpifrance, et 9 000 engagés, tant sur des PH Création Reprise, que des PH Solidaire ou PH Renfort. Au total, 46% des projets financés par le réseau l'ont été avec un engagement de Bpifrance pour 62 millions d'euros.

Lorsque le Réseau Initiative accorde sa confiance aux créateurs, l'effet de levier est important auprès des banques, ce qui génère chaque année plus de 1,5 milliard d'euros investis dans l'économie des territoires.

### ● MÊME S'ILS SONT PARFOIS TRÈS PROCHES DE RÉGIONS DYNAMIQUES, CERTAINS TERRITOIRES SUBISSENT DES TAUX DE CHÔMAGE ÉLEVÉS. COMMENT EXPLIQUER UNE TELLE FRAGMENTATION SPATIALE ET COMMENT Y REMÉDIER ?

Ces inégalités restent particulièrement marquées dans les 1300 quartiers prioritaires de la politique de la ville, où le taux de chômage est presque trois fois supérieur à la moyenne nationale. C'est par le développement économique que nous pourrions améliorer la qualité de vie des habitants et réduire la pauvreté. Plusieurs de nos associations accueillent déjà des chefs de projets CitésLab. Nous venons d'engager un partenariat avec le réseau de Moussa Camara, Les Déterminés. Autant d'initiatives qui vont s'intensifier en 2022.

Le réseau s'est également mobilisé dans le programme Inclusion par le Travail Indépendant, qui va permettre d'apporter un accompagnement renforcé aux jeunes de moins de 30 ans, aux habitants des territoires fragiles (quartiers prioritaires de la ville et zones rurales) et aux personnes en rupture professionnelle.

### ● QUELLES SONT LES PRÉOCCUPATIONS PRINCIPALES DES PORTEURS DE PROJETS LORS DE LEUR CRÉATION D'ENTREPRISE ?

Au-delà des secteurs, ce sont les préoccupations des entrepreneurs qui évoluent avec un sens de la responsabilité sociale et environnementale plus aiguisé et une volonté de développer un impact positif sur son territoire. Une enquête que nous avons menée en décembre 2021, auprès de 1500 entrepreneurs soutenus par notre réseau, montre que 71% d'entre eux considèrent l'impact écologique de leur projet avant de se lancer, contre 57% un an auparavant. C'est dans cet esprit que nous proposons aux entrepreneurs membres du réseau de bénéficier du Label Initiative Remarquable pour reconnaître leur impact positif et leur donner accès à une communauté d'entrepreneurs aux valeurs partagées.

### ● QUELLES ACTIONS METTEZ-VOUS EN PLACE POUR ASSURER LA PÉRENNITÉ DES ENTREPRISES CRÉÉES DANS LES TERRITOIRES ?

La pérennité des entreprises soutenues a toujours été une priorité pour le réseau. Avec près de 90% des entrepreneurs Initiative qui passent le cap des 3 ans, on peut dire que la réussite est au rendez-vous ! Cela tient à la fois à un dossier solide dès le lancement et à l'accompagnement des entrepreneurs pendant 3 ans environ. Tout cela est rendu possible grâce à l'engagement des 1000 salariés et 21 000 experts bénévoles du Réseau Initiative.

RETROUVEZ-NOUS À  
STRASBOURG LE 5 MARS 2022  
REIMS LE 16 JUIN 2022

## DE SCIENTIFIQUES À CRÉATRICES D'ENTREPRISE

DANIELA VERRA ET DOMITILLE BOUDARD  
Cofondatrices, Bye Blues

**Daniela Verra et Domitille Boudard ont créé Bye Blues, une lampe qui émet une lumière spécialement paramétrée pour préserver les rythmes naturels du corps humain pendant la nuit. Retour sur cette aventure entrepreneuriale.**

Pendant 8 ans, Domitille Boudard et Daniela Verra ont gardé leur idée en tête, n'osant pas se lancer par peur de ne pas savoir par où commencer. De par leurs recherches et leur vécu personnel, les deux chercheuses en neurosciences spécialisées dans la chronobiologie ont imaginé une lampe connectée pour s'attaquer à l'un des facteurs de la dépression post-partum : les réveils nocturnes. « Quand on est devenues mamans toutes les deux, on s'est rendu compte qu'il

n'y avait pas de lumière adaptée pour s'occuper des enfants la nuit. Or on savait, par des études scientifiques, que s'exposer à la lumière la nuit avait des conséquences sur le rythme du sommeil, mais aussi sur l'humeur, pouvant aller jusqu'à la dépression », explique Domitille Boudard. En France, 30% des femmes affirment avoir connu un épisode dépressif après leur accouchement, en partie à cause de ces facteurs.

### Partager son idée pour la développer

Une fois le constat réalisé, il faut à présent se lancer. Domitille Boudard et Daniela Verra franchissent le pas en 2020 en participant à un hackathon à Strasbourg. « On voulait confronter notre idée à des experts en innovation pour voir ce qu'ils pensaient du projet. On cherchait des validations », se rappelle Daniela Verra. L'expérience est un franc succès. Les deux scientifiques décident donc de passer le cap en devenant entrepreneuses et intègrent un incubateur pour développer leur concept. « On a dû apprendre tout un langage, apprendre à faire des choses comme la comptabilité, le marketing... », explique Daniela Verra. « On a surtout appris à pitcher notre idée. À l'origine, on l'expliquait comme des scientifiques en parlant plutôt du produit et des

recherches plutôt que des solutions et des résultats », ajoute Domitille Boudard. En partageant leur création, les deux entrepreneuses suscitent de l'intérêt et obtiennent de plus en plus de retours critiques qui les aident à avancer. « Quand on a une idée, il ne faut pas la garder pour soi. C'est important de la partager pour obtenir des avis constructifs. Personne ne vous la volera », assure Daniela Verra. Grâce à ces retours d'expérience, Bye Blues a été primé au concours Talents des Cités dans la catégorie Émergence et a obtenu la bourse French Tech et la bourse French Tech Émergence. « C'est en partie ce qui nous a permis de développer notre premier prototype », précise Domitille Boudard.

En deux ans, les deux scientifiques ont pu développer leur entreprise. Elles espèrent maintenant pouvoir s'investir totalement dans ce projet. « Nous sommes très contentes car à partir de ce mois-ci, nous pouvons verser le premier salaire, pour Daniela ! » Bye Blues sera commercialisé sur son site Internet et dans les magasins de puériculture d'ici début 2023. Daniela et Domitille ont déjà de nouvelles idées de produits et pensent à s'internationaliser en Europe très prochainement.

## PAROLES DE GRAND-ESTIEN

CHRISTIAN THERIOT.  
Directeur régional Nancy, Bpifrance

**La région Grand Est a la particularité d'être frontalière avec quatre pays : la Belgique, le Luxembourg, l'Allemagne et la Suisse. 760 kilomètres de frontières qui constituent une économie à part entière, avec plus de 160 000 travailleurs frontaliers. L'export est donc évidemment dynamique et vertueux dans cette région où la balance commerciale est positive.**

Le Grand Est a une vocation industrielle, agricole et touristique marquée. C'est aussi resté le terrain de jeu d'entreprises historiques dans la sidérurgie ou la métallurgie, mais également le luxe avec le champagne à Reims ou la Route du verre et du cristal en Lorraine. Le Conseil Régional, avec qui Bpifrance travaille en étroite partenariat, est très attentif à ses entreprises et s'est pleinement investi au travers du Business Act pour relancer l'économie à l'heure de la pandémie. Grâce à la Région, Bpifrance a pu mettre à disposition des entreprises du Grand Est plus de 1000 prêts Rebond, soit 100 millions d'euros de renforcement de trésorerie. Les entrepreneurs régionaux nous le rendent bien : fidèles et ancrés dans leur territoire, ils sont reconnus pour mûrir leurs projets et entretenir des relations durables avec leurs partenaires.

La région Grand Est est tournée vers l'avenir. Premièrement, de par ses activités dans les nouvelles énergies (biomasse, hydroélectricité, éolien ou encore biocarburants), mais aussi parce que sa population est jeune avec beaucoup d'étudiants, peu de chômage et de belles perspectives. Autant de bonnes raisons pour élire le Grand Est comme terre d'entrepreneuriat : parole de grand-estien, lorrain de « Kœur » (Kœur-la-Petite dans la Meuse) et alsacien d'adoption !

## L'URSSAF ENTREPREND SUR LE BIG TOUR !

ESTELLE DENIZE  
Directrice de la Communication, Urssaf

Pour beaucoup, l'Urssaf n'est qu'un distant acronyme. Notre organisme remplit pourtant une mission essentielle au cœur du quotidien des Français : le financement du modèle social grâce à la collecte et à la redistribution des cotisations sociales. Par son action, l'Urssaf assure les droits sociaux de chacun.

C'est la deuxième fois que l'Urssaf participe au Big Tour, car en plus de la collecte, elle accompagne les créateurs et les entreprises dans leurs démarches, les informe et simplifie leur quotidien. Le Big Tour incarne la valeur même de proximité de l'Urssaf, au centre de ses actions sur les territoires et auprès de ses publics. « Cette année, l'Urssaf n'a qu'un objectif : apporter des informations utiles et concrètes pour toutes les personnes qui envisagent de se lancer, soit dans leur projet entrepreneurial soit dans leur premier emploi. Nous serons présents tout au long de la tournée pour répondre à leurs questions ».

## CHERS LECTEURS, C'EST LE MOMENT DE CRÉER !

PHILIPPE FLEURENTIN  
Responsable Création et Entrepreneuriat Région Grand Est, Bpifrance

**Depuis janvier 2019, Bpifrance développe le métier de la création et reprise d'entreprise. Sur l'ensemble du territoire, Bpifrance Création anime plusieurs dizaines de réseaux d'accompagnement partenaires qui soutiennent les créateurs et repreneurs d'entreprises en local.**

La compétence des 3000 professionnels et 30 000 bénévoles des réseaux d'accompagnement de la création/reprise est reconnue par Bpifrance, à tel point que près de 500 millions d'euros de pouvoir de décision

de prêts d'honneur adaptés à chaque profil d'entrepreneur lui ont été délégués pour les années 2021 et 2022.

Le site [www.bpifrance-creation.fr](http://www.bpifrance-creation.fr) est une mine d'informations pour les créateurs/repreneurs mais aussi pour tous ceux qui l'accompagnent ou qui l'abordent d'un point de vue académique : articles d'informations, outils de business plan, communauté d'entraide... Philippe ajoute : « Le meilleur conseil que je puisse donner est d'aller pousser la porte de nos partenaires. Les professionnels seront ravis d'écouter votre projet et de vous aider pour renforcer sa viabilité ou de vous orienter vers un autre acteur dont les compétences vous seront utiles. »

Si dans le monde de la création d'entreprise, la tendance est à l'auto-entrepreneuriat, il existe néanmoins mille et une façons d'entreprendre : « Il n'y a jamais eu autant de moyens pour aider à la création/reprise d'entreprise, c'est véritablement le moment pour entreprendre. Oser voir grand, c'est oser souvent mettre toutes les chances de son côté pour réussir ».



**IDÉE REÇUE  
IL EXISTE UNE VRAIE DYNAMIQUE  
ENTREPRENEURIALE  
DANS LA RÉGION GRAND EST.**

**VRAI**  
47 594 entreprises ont été créées dans le Grand Est en 2020, soit 6% des nouvelles entreprises de l'année en France. La création d'entreprise a augmenté de 8% par rapport à 2019 dans le Grand Est, contre 4% en France métropolitaine hors Île-de-France et 4% dans l'ensemble du pays.

Source : Fiches statistiques annuelles - Observatoire Bpifrance Création - 2020

RETROUVEZ-NOUS À  
BORDEAUX LE 20 AVRIL 2022  
VIEUX-BOUCAU LE 8 JUILLET 2022  
BISCAROSSE LE 10 JUILLET 2022

## ENTRE NAUTISME ET CLIMAT, LE COURANT PASSE

MATHILDE GOMBEAUD-FROUIN  
Codirigeante, BlueNav

D'aussi loin que Mathilde se souvienne, son père a toujours été entrepreneur. Inventer, concevoir, développer de nouvelles technologies pour améliorer le monde de demain, voilà ce qui anime Hervé Frouin. Mathilde, quant à elle, évolue professionnellement aux États-Unis avant de rejoindre l'aventure BlueNav, initiée par son père et son frère. « La prise de conscience environnementale a été un déclic : que pourrais-je faire à mon échelle ? Quelles compétences pourrais-je mettre à profit pour construire un avenir plus durable ? » La réponse se trouvait sur la côte ouest française.

Originaire du bassin d'Arcachon, la famille observe une pression croissante sur le littoral causée par les activités humaines, dont le nautisme. Le constat va plus loin : les marchés du nautisme et de la plaisance ont encore des progrès à faire en matière d'écologie, et aucune entreprise française

ne s'est encore réellement emparée du sujet. En janvier 2020, BlueNav se met au défi : accompagner la transition du secteur en proposant des moteurs de bateaux hybrides et électriques.

Par où commencer ? L'équipe part de technologies existantes et les repense afin de les adapter à une utilisation marine. De prototype en prototype, Hervé et les ingénieurs qui l'accompagnent perfectionnent le produit jusqu'à la convergence entre les attentes des plaisanciers et les enjeux écologiques : puissance, silence sur et sous-marin, impact carbone neutre. L'équilibre se fait, permettant un retour à la navigation en communion avec la nature.

De nos jours, les dispositifs de mobilité, qu'ils soient terrestres, marins ou aériens, s'orientent de plus en plus vers des solutions durables comme l'électrique ou l'hydrogène. Selon Mathilde, tous les systèmes de motorisation seront durables d'ici une vingtaine d'années. Afin d'y arriver, l'industrialisation de solutions innovantes à l'image de celles de BlueNav est essentielle. « Tout l'enjeu repose sur la capacité des entreprises à financer leur croissance pour passer à la production à grande échelle », précise Mathilde. Nul doute que BlueNav fera partie du peloton de tête des offreurs de solutions en termes de mobilité verte maritime. Rendez-vous dans 20 ans !

## LE CŒUR À L'OUVRAGE

NICOLAS OLANO  
Président, Groupe Olano

**Aîné d'une fratrie de six enfants, Nicolas Olano voit loin, vise juste avec comme moteur l'amour du travail. À 12 ans et demi, il sillonne à bicyclette les rues de Saint-Jean-de-Luz et Ciboure pour livrer du poisson. À 16 ans, il obtient un CAP d'employé de bureau et devient acheteur à la criée dans l'affaire familiale. « La criée a été pour moi une université très intéressante puisque j'y ai découvert le monde économique par le terrain. »**

À 18 ans, il passe son permis B puis son permis poids lourd. Ce qu'il aime dans la conduite, c'est la liberté, l'évasion mais aussi la responsabilité et l'exigence qu'elle impose. Après un an de service militaire, il se marie, devient père et construit de ses propres mains sa maison qu'il hypothèque pour acheter son premier camion. « À l'époque, tous les mareyeurs avaient leurs propres camions et il n'y avait pas de

transporteurs. J'ai alors passé mon attestation de capacité et j'ai créé ma société de transport. » Cinq ans après la création d'Olano, la flotte s'agrandit avec cinq camions remorques.

Avec l'arrivée du surgelé en Aquitaine en 1980, l'entreprise connaît une forte croissance de 30 à 50 % par an. Des clients prestigieux s'installent et donnent à Nicolas Olano l'occasion d'étendre son savoir-faire. À partir de 1988, l'entreprise s'ouvre à l'international et en 1992, Olano Services est créée. Aujourd'hui, le groupe est installé sur 60 sites, emploie 3 000 personnes et vise les 450 millions d'euros de chiffre d'affaires. Il se distingue par un management participatif et des valeurs humaines que Nicolas Olano applique dans un partage social équitable : « 22 % du résultat de l'entreprise sont distribués de façon égale à l'ensemble des collaborateurs. »

Parti de rien, cet entrepreneur a construit en 40 ans l'un des leaders du transport routier en Europe. Aujourd'hui, l'aventure entrepreneuriale se poursuit avec l'acquisition de trois hôtels, la création d'une marque de vêtements et l'ouverture de deux boutiques à Saint-Jean-de-Luz. Pour Nicolas Olano, toutes les routes semblent mener à la réussite.

## TERÉGA, ACCÉLÉRATEUR DE LA TRANSITION ÉNERGÉTIQUE

DOMINIQUE MOCKLY  
Président et Directeur général, Teréga

Premier opérateur français indépendant d'infrastructures gazières, Teréga compte 660 salariés qui œuvrent chaque jour pour assurer d'une part l'approvisionnement en gaz de notre pays et d'autre part le développement des infrastructures et des usages liés aux nouveaux gaz renouvelables ou bas carbone, comme le biométhane ou l'hydrogène. L'entreprise agit pour concevoir les énergies de demain qui permettront d'en optimiser la consommation et contribueront à la neutralité carbone de la France et de l'Europe à horizon 2050.

En tant qu'acteur de l'énergie avec un fort ancrage dans le Grand Sud-Ouest, Teréga a pour ambition d'accélérer la transition énergétique en mobilisant les talents de ses régions.

Pour la quatrième année consécutive, Teréga participe au Big Tour afin de promouvoir l'industrie, ses nouveaux modèles et ses filières d'excellence et notamment celles liées à l'énergie et à la gestion des gaz. Pour Teréga, innovation, talents, territoires constituent l'ADN du Big Tour !

## UNE RÉGION AUSSI ÉTENDUE QUE L'AUTRICHE

LAURENT DE CALBIAC  
Directeur régional Bordeaux, Bpifrance

**La région Nouvelle-Aquitaine est extrêmement étendue, elle fait sept fois la taille de l'Île-de-France et sa superficie équivaut à celle de l'Autriche. Elle réunit douze départements et compte deux directions régionales Bpifrance à Bordeaux et Poitiers ainsi que trois délégations territoriales à La Rochelle, Limoges et Pau. Au total, soixante-quinze collaborateurs soutiennent les entrepreneurs du territoire et, sans faire exception à la règle, représentent tous les métiers de Bpifrance.**

En Nouvelle-Aquitaine, les filières d'excellence sont nombreuses. Les industries aéronautique et spatiale rayonnent autour de Mérignac, la filière bois est très développée dans les Landes et le Limousin, l'agroalimentaire est tracté par les vins et spiritueux autour de Bordeaux et Cognac, une filière

cuir textile luxe est également historiquement implantée sur le territoire, et enfin le tourisme anime tout le littoral... Le tissu économique est très équilibré, diversifié et même si le nombre d'ETI progresse, il reste majoritairement constitué de TPE/PME : elles représentent 83 % des financements de Bpifrance dans la région.

## 75 COLLABORATEURS SOUTIENNENT LES ACTEURS DU TERRITOIRE

Au quotidien, les équipes du conseil régional et celles de Bpifrance coopèrent au travers de nombreux cofinancements de projets. Ainsi sont financés deux accélérateurs d'entreprises régionales par lesquels 150 entreprises sont déjà passées, des réseaux d'accompagnement à la création d'entreprise, un fonds régional de garantie, des fonds d'investissement régionaux...

**Tous dispositifs confondus, les équipes de Bpifrance accompagnent 5 000 entreprises néo-aquitaines.**

### IDÉE RECUE

UNE MAJORITÉ D'ENTREPRISES ONT RÉDUIT LEURS ÉMISSIONS CARBONE DEPUIS CINQ ANS.

### FAUX

Il ressort que seulement 45 % des PME/ETI affirment avoir réduit leurs émissions ces dernières années. Le fait de percevoir l'urgence climatique ne joue pas fortement sur le passage à l'acte, puisque parmi ceux qui n'ont pas réduit leurs émissions carbone, les trois quarts estiment qu'il y a quand même une urgence climatique.

Source : Étude « Les dirigeants de PME/ETI face à l'urgence climatique » - Bpifrance Le Lab - 2020

RETROUVEZ-NOUS À  
 TOULOUSE LE 22 AVRIL 2022  
 MONTPELLIER LE 26 AVRIL 2022  
 NARBONNE LE 6 JUILLET 2022

## L'ÉCLAIRAGE HAUTE COUTURE

 AGNÈS JULLIAN  
 PDG, Technilum

À l'âge de 24 ans, alors qu'elle termine à peine ses études, Agnès Jullian succède à son père et reprend les rênes de l'entreprise familiale, fabricante d'éclairage urbain dans le sud de la France. Passionnée d'art et d'architecture, l'entrepreneure apporte une nouvelle vision à la production industrielle historique et façonne petit à petit la société Technilum d'aujourd'hui. Le concept : noblir le produit en ne proposant plus de mats éclairants classiques mais en créant du mobilier urbain d'éclairage, entre design et utilité.

« De nos jours, le mobilier urbain n'a plus vocation à uniquement éclairer, mais à porter de nouvelles fonctionnalités comme la vidéosurveillance, la signalétique, la prise de recharge électrique... Le tout en s'intégrant avec harmonie au paysage », souligne Agnès. Forte de cette compréhension des enjeux du secteur, l'entreprise s'est naturellement positionnée comme la référence tendance sur le marché : Technilum, partenaire de valorisation urbaine qui emmène vers une ville durable et désirable. Entrepreneure engagée, Agnès fait le choix d'une production locale et durable. Au moment où

les acteurs du secteur externalisent leurs lignes de production, Technilum accroît son réseau de fournisseurs français et finance le développement de son usine de conception et fabrication à Béziers, là où tout a commencé. Ce parti pris permet à l'entreprise d'obtenir le label Entreprise du Patrimoine Vivant, véritable argument sur le marché national et international. L'éclairage haute couture s'est fait une réputation qui dépasse nos frontières : Technilum s'exporte aujourd'hui dans plus de 35 pays et répond avec succès aux besoins normatifs de chacun d'entre eux. L'engagement de notre entrepreneure ne s'arrête pas là : en 2006, une partie du Domaine de Lézigno, où est implanté Technilum, se cherche un usage différent. Alors l'industrie rencontre la culture : l'association Lézigno voit le jour avec un centre d'art et de recherche autour des thématiques liées au design et au paysage. Conférences, expositions, échanges et rencontres sont les fondamentaux de l'initiative. Après la culture, la French Fa-beuse accélère sur le sujet du climat et rejoint la communauté du Coq vert. « Les entreprises ont besoin d'étendards sous lesquels se regrouper, auxquels s'identifier. Les communautés de La French Fab et du Coq vert embarquent les écosystèmes et accentuent significativement l'impact de nos actions » précise Agnès. Ce dynamisme que Bpifrance insuffle aux entrepreneurs « est un booster considérable, un de ceux qui vous permettent de garder la tête haute quand les périodes sont dures, de continuer à être ambitieux pour nos entreprises ». Ambitieuse, Agnès l'est pour l'avenir de l'industrie en France, et elle en sera le fer de lance.

## L'ADEME AU CŒUR DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE

 PATRICE GROUZARD  
 Responsable Communication, ADEME

L'Agence de la transition écologique (ADEME) est engagée dans la lutte contre le réchauffement climatique et la dégradation des ressources. Elle œuvre à la construction d'une société plus sobre en carbone (énergie, économie circulaire, alimentation,

mobilité, qualité de l'air, adaptation au changement climatique, sols...). Sur le Big Tour, l'ADEME veut valoriser les métiers du BTP, de la rénovation énergétique des bâtiments et les opportunités de carrière qu'ils offrent. Pourquoi ? Parce qu'avec 800 000 rénovations/an, il faut 150 000 nouveaux recrutements d'ici 2023 pour accélérer la transition écologique dans ce secteur d'activités majeur. Sous l'égide de la nouvelle marque publique de la rénovation France Rénov', il s'agit de créer de la proximité, notamment avec les jeunes, les demandeurs d'emplois, les artisans et les personnes en reconversion professionnelle ainsi qu'une nouvelle attractivité pour ces métiers, souvent associés à des préjugés.

## RÉVÉLER ET ACCOMPAGNER LE POTENTIEL ENTREPRENEURIAL

ABABACAR SOW

 Responsable du programme Accélérateur,  
 Direction de la Création et de l'Entrepreneuriat, Bpifrance

AHMED BOUZOUAÏD

 Responsable de la Task Force Entrepreneuriat & Territoires,  
 Direction de la Création et de l'Entrepreneuriat, Bpifrance

INITIÉ EN 2019 À LA DEMANDE DE L'ÉTAT, LE PROGRAMME ENTREPRENEURIAT POUR TOUS (EPT) INCARNE LA VOLONTÉ DE BPIFRANCE D'ACCOMPAGNER L'ENSEMBLE DES ENTREPRENEURS ISSUS DE TOUS LES TERRITOIRES, AVEC UN FOCUS PARTICULIER DANS LES QUARTIERS PRIORITAIRES DE LA VILLE (QPV).

La dynamique de ce programme s'appuie sur l'appétence extrêmement forte pour la création et l'entrepreneuriat dans les QPV, et sur l'existence d'un grand nombre de dispositifs prévus pour accompagner les entrepreneurs. Entrepreneuriat Pour Tous est le programme qui permet à ces deux mondes de se rencontrer : si les créateurs

des quartiers n'ont pas accès à l'information, alors l'information doit venir à eux.

LE PROGRAMME SE DIVISE EN TROIS GRANDS AXES :

- ➔ Faciliter l'accès à l'offre grâce notamment aux CitésLab, dispositifs gratuits permettant aux créateurs d'être informés et redirigés vers les bons opérateurs partenaires ;
- ➔ Animer les communautés au travers de la tournée Entrepreneuriat Pour Tous qui sillonne les territoires ;
- ➔ Accélérer les entreprises à travers des programmes d'accélération dédiés.

Ces derniers ont été pensés en quatre catégories distinctes afin de s'adapter à chacune des étapes de la vie d'un entrepreneur. L'Accélérateur Émergence cible les entrepreneurs en devenir, c'est-à-dire les porteurs de projets, afin de les accompagner pendant les six premiers mois de la création d'entreprise. Ensuite intervient l'Accélérateur Création, qui accompagne les entrepreneurs dont le projet a moins de vingt-quatre mois. Enfin, les Accélérateurs TPE et PE (Petites Entreprises) accompagnent les entrepreneurs des quartiers en fonction de la taille de leur entreprise afin d'actionner les leviers de performance et accompagner ces entreprises dans leur développement. On note donc au sein de ce programme une volonté d'accompagner de A à Z les créateurs d'entreprises. Mais bien plus que de les inciter à se lancer, la promesse est faite de leur donner les moyens d'atteindre leurs objectifs et de prétendre à l'excellence.

## L'OCCITANIE D'EST EN OUEST

ANNE-CÉCILE BRIGOT-ABADIE

Directrice régionale Toulouse, Bpifrance

NADINE FAEDO

Directrice régionale Montpellier, Bpifrance

L'Occitanie rassemble deux directions régionales majeures de Bpifrance : Montpellier et Toulouse, sans oublier la délégation territoriale de Perpignan. Avec soixante-dix collaborateurs qui maillent le territoire, elle ne fait pas exception à la règle : 90 % des décisions sont prises localement. À l'ouest, le tissu d'entreprises est industriel et tour-

né vers l'aéronautique et les activités agricoles. À l'est, sur la partie côtière, l'agro-alimentaire est dynamique et les services le sont encore davantage : tourisme, hôtellerie de plein air mais aussi numérique et biotechnologies. Au plus fort de la crise liée à la pandémie, la Région a été l'une des premières à déployer le Prêt Rebond en lien avec les équipes de Bpifrance. C'est ainsi que 1200 entreprises ont été accompagnées pour 120 millions d'euros. La relation de confiance ne s'arrête pas là avec d'autres dispositifs comme le Prêt Relance Occitanie, le Fonds Régional de Garantie ou encore le Contrat Développement Transmission. Chaque année, Bpifrance Occitanie accompagne 5 000 entreprises sur le territoire à travers l'ensemble des métiers du continuum. Pour en savoir plus, retrouvez les équipes sur les trois étapes du Big Tour qui auront lieu sur le territoire occitan.



### IDÉE REÇUE

LES ENTREPRENEURS DES QUARTIERS SE REPOSENT PRINCIPALEMENT SUR LEURS RESSOURCES PERSONNELLES POUR DÉVELOPPER LEUR ENTREPRISE.

### VRAI

C'est une réalité pour tous les entrepreneurs. La majorité d'entre eux ne fait pas appel à l'extérieur pour financer leur démarrage. Alors que cela est vrai pour 60 % des entrepreneurs hors des quartiers, cette proportion passe à 70 % pour les entrepreneurs des quartiers.

Source : Étude « Entreprendre dans les quartiers : libérer tous les potentiels » - Bpifrance Le Lab - 2020

RETROUVEZ-NOUS À  
ZOO PARC DE BEAUVAL LE 29 AVRIL 2022  
CHÂTEAUROUX LE 13 SEPTEMBRE 2022

## BRANCHER : RENAISSANCE D'UN SAVOIR-FAIRE ANCESTRAL

Fondé il y a 180 ans, Brancher, un fabricant d'encre dédié aux arts graphiques, se tourne depuis sa reprise en 2019 vers une production plus vertueuse. Portrait d'une entreprise industrielle unique en France.

C'est l'histoire de la renaissance d'un savoir-faire bientôt bicentenaire. Tout commence à Paris en 1840. À l'époque, Brancher n'est qu'une petite boutique de fournitures pour lithographes, artistes et écrivains. Mais ses fondateurs voient grand et s'acharnent à bâtir, années après années, une entreprise industrielle au savoir-faire inégalé. En 1976, de nouveaux équipements lui permettent d'atteindre une production de 2000 tonnes par an et d'ouvrir son marché à l'international. L'avenir de l'entreprise semble alors tout tracé. Pourtant, dans les années 2000, Brancher tombe progressivement en désuétude et est reprise par un groupe chinois dès 2012. Très intéressés par le savoir-faire de l'entreprise, les nouveaux dirigeants mettent à mal sa santé en puisant dans ses ressources et en s'accaparant de nombreuses formules avant de la laisser à l'abandon.

### PRODUIRE MIEUX, LOCAL ET FRANÇAIS

En mars 2019, Emmanuel Têtu et son fils Victor reprennent la marque et décident de lui redonner un esprit familial et local.

Jusqu'alors, Emmanuel baignait déjà dans le secteur de l'encre et avait notamment travaillé 16 ans pour le numéro un mondial. « J'étais à des années lumières d'imaginer que je reprendrais ce type d'entreprise, mais mon père a su me convaincre par son projet et son envie de reprendre une société industrielle au savoir-faire ancestral », note Victor Têtu, directeur général de Brancher.

Non sans efforts, père et fils réinstallent l'entreprise « en s'appuyant sur les connaissances des collaborateurs les plus anciens, présents depuis plus de 20 ou 30 ans », ajoute Victor Têtu. « Bien sûr, nous avons essayé de débaucher, mais le secteur de l'encre est un marché de niche, alors nous avons opté pour la formation afin que nos nouveaux collaborateurs soient rapidement à l'aise et autonomes dans leur travail. »

### PRODUIRE MIEUX, LOCAL ET FRANÇAIS

Aujourd'hui, c'est grâce à une offre plus respectueuse de l'environnement que Brancher se démarque. En développant des encres responsables issues de matières premières végétales ou biosourcées, la marque colle parfaitement aux besoins de ses donneurs d'ordres, soucieux de leur empreinte environnementale. « Des groupes comme Nestlé ou des entreprises du secteur du luxe cherchent aujourd'hui à ce que l'intégralité de leurs produits s'inscrive dans un cercle vertueux, et ça passe notamment par le packaging », affirme Victor Têtu. C'est pourquoi l'entreprise axe désormais son développement sur des encres dédiées à des mediums tels que le carton ou le papier recyclé.

Jours, le parc présente plus de 35 000 animaux dont certains sont uniques en France : pandas géants, koalas, diables de Tasmanie... Classé 4<sup>e</sup> plus beau zoo au monde, le ZooParc se réinvente sans cesse avec l'accueil de nouvelles espèces, la mise en place d'une télécabine, de nouveaux aménagements. Innovant, en constante évolution, il s'agrandit en 2020 avec le Dôme Équatorial, immense serre bioclimatique où vivent 200 espèces tropicales. Haut lieu de la conservation d'espèces menacées, le ZooParc a également créé l'association Beauval Nature, qui soutient de nombreux programmes de conservation et de recherche dans le monde. Participer au Big Tour, c'est partager avec le plus grand nombre la passion des animaux et l'engagement pour la protection et la préservation de la biodiversité mondiale.

## ZOOPARC DE BEAUVAL, L'ÉCHAPPÉE VRAIMENT BELLE !

### RODOLPHE DELORD

Directeur général, ZooParc de Beauval

Fondé il y a plus de 40 ans par la famille Delord, le ZooParc de Beauval est devenu un site touristique incontournable de la Région Centre-Val de Loire et accueille 1,4 million de visiteurs par an. Ouvert tous les

## UNE RÉGION EFFERVESCENTE

### THIERRY MARTIGNON

Directeur régional Centre-Val de Loire, Bpifrance

L'attractivité touristique en Centre-Val de Loire n'est plus à prouver : Loire à vélo, châteaux de la Loire, vallée de la Loire classée depuis 20 ans au patrimoine mondial de l'Humanité par l'Unesco... Cette effervescence au sein du territoire est un pan clé de la dynamique économique qui ne cesse de se renforcer grâce aux acteurs du secteur. Le ZooParc de Beauval en est l'illustration parfaite avec 1,4 million de visiteurs annuels et... ses quatre pandas. Mais la diversité économique de la région est aussi vaste que les six départements qui la composent. Le secteur de l'industrie y est très fort avec des

acteurs dans l'automobile et l'aéronautique ; la santé est très présente car la région est un pôle de compétitivité mondial représentant 40 % de la production de médicaments français. C'est aussi un haut lieu en termes d'énergie bas carbone avec quatre centrales nucléaires abritant douze réacteurs, ce qui représente 20 % de la production nationale d'électricité et crée ainsi des pôles d'excellence et de compétences. Enfin, il faut mentionner l'agriculture avec une plaine céréalière faisant du Centre-Val de Loire la 1<sup>re</sup> région productrice de France et d'Europe.

Une quarantaine de collaborateurs Bpifrance, répartis entre Orléans et Tours, anime au quotidien et avec optimisme les entreprises de ces nombreux secteurs. Financement, innovation, international, garantie, création d'entreprise... Tous les sujets sont couverts pour permettre aux PME et ETI du territoire de rayonner.

## LE TOURISME EN QUÊTE DE TRANSFORMATION DIGITALE

### RAPHAËL DIDIER

Directeur de la Transformation et de la Stratégie Innovation, Bpifrance

Engagée depuis trois décennies, la transformation digitale du tourisme a connu une accélération exponentielle depuis la crise sanitaire, notamment avec l'essor de la livraison et du *click and collect* dans la restauration. Mais la situation reste encore très hétérogène selon les secteurs (90 % de l'offre de l'hôtellerie est digitalisée contre 5 % de l'offre de loisirs), les types d'acteurs (les petits indépendants sont nettement moins digitalisés) et les processus digitalisés (la distribution est nettement plus digitalisée que la gestion des stocks par exemple).

Les bénéfices de la digitalisation sont très concrets pour les entrepreneurs, que ce soit en termes d'attractivité, de compétitivité, de flexibilité, d'efficacité... et constituent une vraie demande des clients. En répondant aux besoins du client de pouvoir réserver à toute heure ou de planifier l'ensemble de son séjour en quelques clics, elle participe à l'amélioration de son expérience

et devient un nouveau levier de création de valeur. Elle permet aussi d'être une réponse pour réduire l'empreinte environnementale du secteur.

Toutefois, cette digitalisation doit s'effectuer de manière mesurée afin d'éviter certains écueils comme la trop grande dépendance aux plateformes ou la complexité liée à une multiplication de systèmes difficiles à interconnecter.

Par ailleurs, elle doit permettre à de nouveaux acteurs français d'émerger et de faire partie des champions mondiaux du secteur, à la hauteur de la 1<sup>re</sup> destination touristique mondiale.

### BPIFRANCE ACCOMPAGNE DONC LE SECTEUR DANS CETTE TRANSFORMATION DIGITALE :

- En provoquant une prise de conscience de l'enjeu pour les entrepreneurs et en donnant les clés de lecture nécessaires via des parcours d'accompagnement (accélérateurs tourisme, missions de conseil, formation, événements...);
- En soutenant les entrepreneurs dans leurs investissements, à travers des dispositifs de financement et d'investissement;
- En soutenant les nouveaux acteurs et les startups de la *tourism tech* via le soutien à l'innovation.

**RETROUVEZ-NOUS À**  
 TOURCOING LE 26 MAI 2022  
 BERCK-SUR-MER LE 28 MAI 2022  
 ÉTAPLES-SUR-MER LE 18 SEPTEMBRE 2022

## L'ORIGINE DE LA CHANTILLY LAVANTE

**ASTRID MAUDUIT**  
 Fondatrice, Ouate

« Quand je suis devenue mère, je me suis demandé comment protéger la peau de mes enfants alors même qu'ils grandissent dans un environnement devenu agressif et pollué ». C'est ainsi qu'Astrid Mauduit débute notre interview, elle qui a fondé Ouate, la marque qui réinvente les produits d'hygiène et de soins pour enfants de 4 à 11 ans.

Cette fille d'entrepreneur a elle aussi fait le grand saut : renonçant à un poste prestigieux au sein d'un grand groupe de packaging français, elle monte sa société et réalise aujourd'hui un rêve de petite fille, celui d'être cheffe d'entreprise. Pour elle, l'entrepreneuriat n'est pas une fin en soi mais une manière de se réaliser, de vivre une aventure si vertigineuse qu'on ne l'oubliera jamais. Astrid croit corps et âme à la mission de Ouate : créer des produits haut de gamme adaptés aux enfants tant dans leur composition que dans leur usage, et fabriqués en France. Pour

ce faire, elle s'entoure d'experts et parie sur des formules naturelles et des packagings ludiques, adaptés à la motricité évolutive des enfants. Ces derniers sont d'ailleurs intégrés au cœur du processus créatif des produits : ils valident les concepts et en sont même à l'origine pour certains. La chantilly lavante a été imaginée par l'une des filles d'Astrid ! Pour autant, l'aspect récréatif n'empêche pas l'éducatif : les produits sont conçus pour apprendre aux enfants à prendre soin d'eux en autonomie et à consommer de façon responsable. Dès la création de Ouate, Astrid a pensé et développé la marque pour qu'elle s'exporte. Après tout, l'hygiène et les soins des enfants sont essentiels, quel que soit le pays où l'on habite. Cette ambition forte d'internationalisation est aussi motivée par l'envie de faire rayonner autour du globe ce savoir-faire français d'excellence en matière de cosmétiques, et notamment dans la catégorie enfants, jusqu'alors oubliée. Aujourd'hui, après quatre ans d'existence, les produits Ouate sont distribués dans plus d'une dizaine de pays : en Europe évidemment, mais également en Chine, en Corée, à Macao, en Grèce et aux États-Unis.

« Finalement, quoi de plus stimulant pour une maman entrepreneure que de réaliser les rêves les plus fous des enfants ? », partage-t-elle. Alors après la chantilly lavante, un enfant à l'autre bout du monde sera peut-être à l'origine d'un produit encore plus étonnant.

## PARTIR À L'AVENTURE

**CAROLINE DUBOIS**

Responsable de la communication internationale, Bpifrance

**Le déploiement à international est catalyseur de croissance pour l'entreprise. Pourtant il peut être difficile pour un entrepreneur de sauter le pas : peur de l'inconnu, méconnaissance des moyens mis à disposition, manque de confiance, sentiment de solitude intrinsèque à l'entrepreneur...**

Face à ces craintes, Bpifrance propose une solution hybride, répondant à chaque problématique et reposant sur trois piliers essentiels.

**L'humain d'abord.** Pour contrer sa solitude, booster son potentiel de croissance et renforcer sa confiance, chaque entrepreneur peut s'appuyer sur l'équipe internationale de Bpifrance et sur ses neuf antennes à l'étranger, basées sur le terrain, sur les cinq continents.

**L'environnement ensuite.** Fruit d'un ensemble de toutes les solutions publiques proposées par les régions, les services de l'État, Business France, les Chambres de

Commerce et d'Industrie et Bpifrance, la Team France Export (TFE) accompagne les entrepreneurs dans leur développement à l'international. Parallèlement, Bpifrance met en relation les entreprises accompagnées afin de créer des synergies entre exportateurs et écosystèmes locaux.

**Le financement enfin.** Grâce à une série de produits adaptés et spécifiques à chaque cycle de développement de l'entreprise, Bpifrance « dé-risque » le déploiement à l'international des entreprises et fait d'elles de véritables étendards du savoir-faire français à l'étranger.

Ce triptyque inspire aussi les nations étrangères. Ainsi, Bpifrance accompagne des gouvernements africains et européens dans la création de banques publiques d'investissement locales adaptées à la réalité économique de chaque territoire. Bpifrance s'engage aussi dans la promotion de l'innovation et de l'entrepreneuriat local via un partage technique aux gouvernements et nations.

Présent aux quatre coins du globe, Bpifrance ouvre aux entrepreneurs les portes du monde de l'international afin de les accompagner dans leur conquête de nouveaux marchés.



### IDÉE REÇUE

**IL EST NÉCESSAIRE D'ATTEINDRE UNE TAILLE CRITIQUE POUR SE LANCER À L'INTERNATIONAL.**

### FAUX

En 2016, 63 % des entreprises exportatrices de biens comptaient moins de dix salariés. Cependant, la part de ces entreprises dans les exportations totales est très faible (1,4 % du chiffre d'affaires exporté) et elles connaissent un taux de rotation élevé en raison de leurs ressources limitées.

Source : Enquête « Impact des missions internationales sur les exportations des entreprises accompagnées entre 2015 et 2020 » - Développement Export Bpifrance - 2021

## LA TEAM FRANCE EXPORT POUR GAGNER LES MARCHÉS DU MONDE

**PEDRO NOVO**

Directeur exécutif Export, Bpifrance

**HENRI BAISSAS**

Directeur général délégué, Réseau Team France Export,

Business France

**PHILIPPE BAGOT**

Directeur du pôle international, Réseau Team France Export,

CCI France

La Team France Export, c'est l'alliance des trois opérateurs publics de référence au

service des entreprises qui osent l'international : Business France, les Chambres de Commerce et d'Industrie (CCI) de France et Bpifrance. Cette Team France Export permet aux exportateurs aguerris d'aller plus loin et plus fort. Elle favorise aussi l'émergence d'une nouvelle génération d'entrepreneurs décomplexés sur les marchés internationaux. En simplifiant la vie des entreprises à l'export, en leur facilitant l'accès aux marchés et aux financements des banques, la TFE démocratise l'export ! La TFE est opérationnelle en France avec plus de 250 conseillers et à l'étranger avec 750 personnes couvrant plus de 60 pays en direct et plus de 100 avec les partenaires privés. C'est la garantie d'un continuum de solutions d'accompagnement et de financement sans couture.

Avec la Team France Export, les entreprises françaises ont un partenaire puissant, agile et efficace pour sortir gagnantes de la crise et profiter des nouvelles opportunités d'un monde qui change.

## ZOOM SUR L'ENTREPRENEURIAT NORDISTE

**YANNICK DA COSTA**

Directeur régional Lille, Bpifrance

Terre d'entrepreneuriat et de recherche, la région des Hauts-de-France recèle de très belles entreprises souvent tractées par des grands groupes indépendants, à actionnariat familial et d'envergure mondiale.

Parmi les secteurs représentés, on peut noter une place importante de l'industrie, notamment automobile et ferroviaire, mais pas que. Forte de son historique et de son expérience, la région attire de belles in-

dustries nouvelles avec pour exemple l'implantation de deux futures « gigafactories » de batteries électriques de voitures.

L'entrepreneuriat nordiste se tourne vers l'avenir avec un fort écosystème deeptech : startups et Satt (Sociétés d'accélération du transfert de technologies) maillent le territoire derrière les pôles d'innovation Eurasanté, Euratech, etc. En appui, la Métropole de Lille et le conseil régional des Hauts-de-France sont très actifs pour soutenir l'économie régionale.

Stratégiquement située au cœur de l'Europe occidentale, la région accueille aussi des sociétés de transport et de logistique florissantes. De quoi animer les journées des 130 collaborateurs présents sur le territoire entre Lille, Amiens et Compiègne !

RETROUVEZ-NOUS À  
DIJON LE 18 JUIN 2022

## DE GÉNÉRATION EN GÉNÉRATION

**DAMIEN MAROTTE**

Codirigeant, Marotte

La tableterie, savoir-faire ancestral d'objets en bois précieux emblématique du Jura, est perpétué depuis quatre générations au sein de l'entreprise Marotte. En 1933, les arrière-grands-parents de Damien et Xavier Marotte fondent la société : dans leurs ateliers, ils façonnent le bois et le transforment jusqu'à obtenir ce qui fait aujourd'hui la renommée de l'entreprise. Coffrets, écrins, présentoirs et autres petits objets en bois... Ces créations, toutes uniques, sont confectionnées pour sublimer des produits de valeur que le bois met en lumière par sa chaleur naturelle.

Damien et son frère passent une partie de leur enfance dans les ateliers familiaux, observant avec attention l'absolue maîtrise du bois de leurs père et grand-père. Le plus bel héritage qu'ils aient reçu, ce savoir-faire technique, ils font le choix de le perpétuer. En 2011, après leurs études dans la filière bois pour l'un et dans le commerce pour l'autre, ils reprennent les rênes de l'entreprise. Leurs profils, très complémentaires, permettent à Marotte d'explorer de nouveaux horizons : industrialisation, diversification de l'activité, engagement écologique...

Depuis 2012, le duo s'affaire à rendre le métier plus moderne, plus agréable, plus

accessible. Pour passer à l'échelle de l'industrialisation, ils fabriquent et installent des machines visant à automatiser certaines tâches à faible valeur ajoutée, permettant ainsi aux collaborateurs d'optimiser leur temps.

L'un des enjeux phare du métier de la tableterie est l'attractivité. Face au manque de transmission de ce savoir-faire, Marotte s'engage à le faire perdurer : ils lancent, collectivement avec d'autres entreprises du milieu, une école pour former les futurs talents et faire monter les collaborateurs actuels en compétences. En apprentissage ou en formation continue, les métiers historiques de la tableterie s'ouvriront à ceux qui le désirent. La jeunesse, en quête d'un retour aux métiers manuels et proches de la nature, ne manquera pas à l'appel.

### L'OPTIMISME EST DE MISE

Marotte s'engage également pour la transition écologique et énergétique : bois issus de forêts gérées durablement et certifiés PEFC, consommation d'électricité réduite, installation d'une chaudière biomasse alimentée par les chutes de bois... En bref, l'éco-conception fait partie intégrante du processus de création.

**« CHEZ MAROTTE, L'OPTIMISME EST DE MISE. NOUS ENGRANGEONS CHAQUE ANNÉE UNE CROISSANCE À DEUX CHIFFRES, GRÂCE AU TRAVAIL ET À LA VOLONTÉ DE TOUS CEUX QUI, CHAQUE JOUR, VIENNENT FAÇONNER LE BOIS DANS NOS ATELIERS. AUJOURD'HUI, NOUS POUVONS DIRE QUE LES DIX PROCHAINES ANNÉES SERONT BELLES, ET NOUS EN SOMMES FIERS », CONCLUT DAMIEN.**

tout le territoire et travaillent en intelligence avec les écosystèmes locaux : banquiers, experts comptables, les équipes de la Région (AER) et bien sûr celles des chambres d'industrie et de commerce, avec qui de belles opérations sont menées...

Cette soif d'échanges et de collaborations fait le charme de ce territoire, sur lequel de nombreux secteurs économiques sont hyperactifs. Les coopératives pour l'agriculture, les sous-traitants automobiles pour l'industrie, les groupes hôteliers pour le tourisme, et bien sûr les viticulteurs pour la gastronomie. Ces quatre secteurs sont en pleine mutation voire métamorphose, avec des entrepreneurs concernés par un sujet qui résonne plus que jamais avec les priorités stratégiques de Bpifrance : la transition énergétique et écologique. L'esprit de consolidation de tous les secteurs est en marche.

## LE VTE : UNE AVENTURE PROFESSIONNELLE AU CŒUR DE NOS RÉGIONS !

**HÉLÈNE CLÉMENT**

Directrice des Programmes et Cours - Université des Dirigeants, Bpifrance

**PARTOUT EN FRANCE, DE NOMBREUSES TPE, PME ET ETI SONT À LA RECHERCHE DE NOUVEAUX TALENTS POUR LES ACCOMPAGNER DANS LEUR DÉVELOPPEMENT ET LEUR TRANSITION VERS DES MODES DE PRODUCTION PLUS DURABLES, AFIN DE RESTER COMPÉTITIVES ET PERFORMANTES.**

C'est pour les aider à gagner en visibilité que Bpifrance porte depuis mai 2019 le Volontariat Territorial en Entreprise (VTE), un dispositif gagnant-gagnant dont l'objectif est d'attirer les jeunes talents dans les PME françaises des territoires, en faisant bénéficier à ces dernières d'un regard neuf et de nouvelles compétences.

Il existe deux dispositifs VTE ouvrant, aux entreprises ayant signé des contrats de travail ou d'alternance labellisés, le droit à des aides de la part de l'État et ses partenaires :

➔ **LE VTE TERRITOIRE D'INDUSTRIE (TI)**, consacré aux PME et ETI industrielles ou de services aux entreprises industrielles implantées dans l'un des 146 Territoires d'Industrie (4 000 euros) ;

➔ **LE VTE VERT**, ouvert à tout type de PME et ETI qui engage ou développe son processus de transition énergétique et écologique (jusqu'à 12 000 euros).

Ces deux dispositifs sont de véritables tremplins pour les jeunes talents. En effet, le VTE TI est conditionné au fait que le poste proposé implique des responsabilités, c'est-à-dire une collaboration étroite avec le dirigeant de l'entreprise ou un membre du comité de direction. Le VTE Vert est également un challenge par définition, puisqu'il implique directement le jeune dans le processus de transition engagé par son employeur.

Ouvert à partir de BAC+2, pour des contrats d'un an minimum, le Volontariat Territorial en Entreprise a déjà permis à plus de 1 000 jeunes d'acquérir une expérience ou de débiter une carrière. Pour en savoir plus sur l'#AventureVTE, rendez-vous sur le site [web.vte-france.fr](http://web.vte-france.fr).

## MANPOWER : RAVIS DE VOUS RENCONTRER

**ALAIN ROUMILHAC**

Président, ManpowerGroup France

Acteur majeur du marché de l'emploi depuis plus de 60 ans, Manpower France accompagne les entreprises dans leurs besoins en flexibilité et en recrutements, ainsi que les Talents dans leur trajectoire professionnelle. Manpower s'appuie sur un réseau de 700 agences et 70 cabinets de recrutement pour mettre en adéquation les besoins en recrutement des entreprises avec les candidats en recherche d'un emploi, sous toutes ses formes : CDI, CDD, travail temporaire, management de transition, alternance. Avec le Big Tour, les équipes de Manpower vont à la rencontre des Français là où ils se trouvent, pour les écouter, les accompagner et ainsi leur ouvrir des perspectives professionnelles nouvelles.

C'est une fierté d'être partenaire du Big Tour depuis plus de trois ans. Une tournée au cœur des territoires pour accompagner au plus près les entreprises dans leur transformation RH !

## ENSEMBLE POUR SERVIR L'AVENIR

**MARC AULOGE**

Directeur régional Bourgogne-Franche-Comté, Bpifrance

Ils sont une quarantaine de collaborateurs à œuvrer pour les entrepreneurs dans les huit départements de Bourgogne-Franche-Comté, sous l'impulsion de Marc Auloge, directeur régional chez Bpifrance. Implantés entre Dijon et Besançon mais toujours sur les routes, les chargés d'affaires sont polyvalents avec un vernis épais dans tous les métiers, du financement à l'innovation en passant par l'international. Ils maillent

**IDÉE REÇUE  
LES PME  
RENCONTRENT  
DES DIFFICULTÉS  
À RECRUTER.**

**VRAI**

82 % des chefs d'entreprise ayant cherché à recruter déclarent avoir rencontré des difficultés pour le faire, une proportion en nette hausse sur le second semestre 2021 (75 % en mai dernier). 43 % signalent des difficultés sévères pour recruter (35 % en mai dernier). Ces chiffres s'approchent des niveaux observés avant la crise.

Source : 74<sup>e</sup> enquête de conjoncture semestrielle - Bpifrance Le Lab - 2022

RETROUVEZ-NOUS À  
LYON LE 20 JUIN 2022  
GRENOBLE LE 22 JUIN 2022

## LACTIPS INNOVE AVEC UN MATÉRIAU SANS PLASTIQUE

**MARIE-HÉLÈNE GRAMATIKOFF**

Directrice générale et cofondatrice, Lactips

LACTIPS EST UNE ENTREPRISE D'Auvergne-Rhône-Alpes qui produit du bioplastique biodégradable dans les différents milieux et hydrosoluble. Marie-Hélène Gramatikoff, sa directrice générale et cofondatrice, revient sur son histoire.

10 % seulement des 9,2 milliards de tonnes de matières plastiques mises en circulation depuis les années 1950 ont été recyclées, selon le rapport « L'Atlas du plastique » publié en 2020. Pour répondre aux enjeux de recyclage de ce matériau, l'entreprise Lactips conçoit des bioplastiques biodégradables dans les différents milieux et hydrosolubles à base de caséine, une protéine issue du lait. « Le plastique fait partie de nos vies et on ne s'en passera pas. Nous, on veut augmenter la part de plastique recyclé et diminuer les pertes dans la nature », affirme Marie-Hélène Gramatikoff.

### LA RENCONTRE ENTRE LA RECHERCHE ET L'ENTREPRENEUR

Frédéric Prochazka, enseignant-chercheur à l'université de Saint-Étienne, est à l'origine de cette innovation de rupture, « alors qu'il n'y avait pas eu d'innovation dans le plastique depuis 30 ans ». Après avoir déposé le brevet en 2010, il ren-

contre Marie-Hélène Gramatikoff, avec qui il fonde Lactips en 2014. Pour industrialiser et introduire ce bioplastique sur le marché, les deux associés ont besoin de lever des fonds. Ils participent au concours d'innovation i-Lab et obtiennent le grand prix du jury. « Cela a changé notre vie. Nous sommes entrés en contact avec Bpifrance et cela nous a permis de faire notre première levée de fonds ». En 2020, le fonds « Sociétés de projets industriels » SPI de Bpifrance a investi au capital de Lactips pour accompagner la dernière phase d'industrialisation de l'entreprise. Depuis 2021, l'entreprise produit son bioplastique dans son usine à Saint-Paul-en-Jarez, près de Saint-Étienne.

### IMPOSER SON INNOVATION DE RUPTURE

Si aujourd'hui Lactips a su convaincre sa cible, ce n'était pourtant pas gagné d'avance. Proposer une rupture technologique présente à la fois des avantages et des inconvénients. Si la primauté est un plus, « il est très difficile de mettre sur le marché une innovation de rupture qui n'existe pas », assure Marie-Hélène Gramatikoff. Les transformateurs de matières plastiques, qui sont les premiers clients de Lactips, craignaient que leur produit abîme leurs machines. « Nous sommes allés à la rencontre de tous les acteurs de la filière, avec le support des marques qui assuraient aux transformateurs qu'ils utiliseraient nos produits une fois transformés ». Aujourd'hui, Lactips fait briller Saint-Étienne dans le monde entier avec des clients aux quatre coins du globe et compte bien faire du plastique une matière dont la fin de vie est contrôlée.

ponses, quel que soit leur projet. De par la diversité du territoire, chaque implantation de Bpifrance possède son propre marqueur fort : du tourisme dans les Alpes à la filière bois en Auvergne, en passant par les biotechnologies à Lyon.

Avec les agglomérations et la Région, les relations tissées sont pérennes et s'illustrent par des produits attractifs : cinq promotions de l'Accélérateur régional d'entreprises, les prêts Rebond ou encore le prêt Montagne, spécialement pensé en écho à cette spécificité régionale.

Finalement, l'Auvergne-Rhône-Alpes est une région fortement industrielle et diversifiée, avec une vraie culture entrepreneuriale familiale, transmise de génération en génération. Cet incroyable laboratoire de la Tech in Fab a tout pour réussir le rapprochement entre les startups et l'industrie traditionnelle, la Nouvelle Industrie.

## L'ÉPICENTRE DE LA DEEPTCH

**ADELIN THOU**

Délégue territoriale Saint-Étienne, Bpifrance

**ARTHUR DUWIKET**

Délégué Innovation et Garantie Loire-Auvergne, Bpifrance

CHANGER LE MONDE GRÂCE À DES TECHNOLOGIES DE RUPTURE, VOILÀ LE DÉFI QUE LES ENTREPRISES DE LA DEEPTCH SOUHAITENT RELEVER. EN FAISANT LE LIEN AVEC LE MONDE UNIVERSITAIRE ET ACADÉMIQUE, CETTE NOUVELLE GÉNÉRATION D'ENTREPRENEURS ACCOMPAGNÉE PAR BPIFRANCE EXPLORE CES FABRIQUES DU SAVOIR POUR EN TIRER LE MEILLEUR ET FAIRE ÉMERGER LES SOLUTIONS DE DEMAIN.

Grâce à un soutien financier et méthodologique, Bpifrance les accompagne vers leur industrialisation, étape clé dans leur développement pour répondre aux grands défis de demain. Cet accompagnement est réalisé par une équipe proche, à l'écoute et dédiée aux entreprises. Depuis le développement de l'idée jusqu'à la mise en place sur le marché en passant par les opérations

d'ouverture de capital, c'est l'ensemble du continuum de financement de Bpifrance qui est utilisé afin d'écrire aux côtés des entrepreneurs deeptech les chapitres de leur histoire.

Nombre d'entre elles s'écrivent en Auvergne-Rhône-Alpes, un territoire marqué par l'industrie et l'innovation. C'est le cas de Lactips, une greentech stéphanoise qui a inventé et commercialisé un plastique 100 % biosourcé, comestible et biodégradable. Accompagnée depuis 2015 par la délégation Bpifrance à Saint-Étienne et la Caisse des Dépôts, l'entreprise a pu bénéficier de différents produits du continuum de financement afin de financer son matériel d'abord, sa R&D ensuite puis son développement à l'international jusqu'à sa phase d'industrialisation avec une entrée de Bpifrance au capital de l'entreprise.

Fortes de cette expérience, les équipes de Bpifrance sont confiantes dans le renouvellement de ce succès : « Nous allons nous attacher à aller chercher ces Deeptech, ces entreprises innovantes et à les accompagner. Il y a énormément de potentiel sur ce territoire à l'héritage industriel et habité par l'innovation ».

## QUAND ARKEMA BOUGE, C'EST LA FRANCE QUI AVANCE !

**FRÉDÉRIC CAVICCHI**

Médiateur scientifique, Arkema

Présent dans 55 pays avec 20 600 salariés, Arkema est leader des matériaux de spécialités. Le groupe accompagne les changements de notre monde grâce à des savoir-faire technologiques et des innovations

de pointe au service du sport, de l'énergie de demain, des adhésifs du futur, du traitement de l'eau et la préservation des ressources. Ses matériaux innovants sont partout : dans les smartphones, dans l'aéronautique, dans les habitations, dans les transports... Sa présence sur le Big Tour permet de découvrir les différents matériaux et les solutions qui vont améliorer et simplifier notre quotidien. C'est aussi l'occasion de (dé)montrer à un large public que la chimie est un outil indispensable pour dessiner un avenir propre et durable. C'est casser les idées reçues d'une industrie dépassée, polluante et dangereuse et attirer les nouveaux talents vers une industrie de pointe avec un grand avenir. Le leitmotiv d'Arkema : « L'innovation au service d'un monde durable ».

## TRIO GAGNANT

**CHARLES-ÉRIC BALTOGLU**

Directeur régional Lyon, Bpifrance

**CHLOÉ VEILLE**

Directrice régionale Loire-Auvergne, Bpifrance

**SÉBASTIEN SCHMITT**

Directeur régional Alpes, Bpifrance

La première caractéristique mentionnée par les équipes de Bpifrance Auvergne-Rhône-Alpes au sujet de leur région est la densité de leur territoire. Dans les contours de cette région administrative, l'action de Bpifrance s'appuie sur trois directions régionales et quatre délégations territoriales, au service des nombreux entrepreneurs locaux. Toujours guidés par la valeur de proximité, les chargés d'affaires agissent en guichet unique pour les entreprises, en leur apportant toutes les ré-

### IDÉE REÇUE

L'INDUSTRIE FRANÇAISE NE POURRA JAMAIS COMBLER SON RETARD.

### FAUX

L'industrie 4.0, c'est en ce moment que ça se passe, au cœur de nombreuses usines françaises. Pour vous en faire une idée concrète, l'Alliance Industrie du Futur a labellisé 86 projets d'entreprises dits « vitrines » à fin 2020. Elles sont ouvertes à tous, sur tout le territoire, pour que vous puissiez toucher du doigt cette nouvelle réalité.

Source : Étude « Réindustrialisons en France : vers une industrie innovante et créatrice d'emplois » - Bpifrance Le Lab - 2021



## CORSE MATIN, AU PLUS PRÈS DES LECTEURS

ROGER ANTECH

Rédacteur en chef, *Corse Matin*

Si la Corse est connue pour être l'île de Beauté, elle a aussi une actualité forte et plurielle. Son unique quotidien d'informations régionales, *Corse Matin*, s'attache à la dépeindre jour après jour, à travers son journal papier et son site Internet. Généraliste, très proche de ses lecteurs, le journal traite les actualités insulaires et leurs rebonds sur le continent, et crée le débat dans une région où les habitants souhaitent participer au débat public.

La rédaction travaille aussi sur des magazines et suppléments récurrents concernant des thématiques variées comme l'économie, le développement de secteurs de pointe ou encore la transformation des secteurs traditionnels. Les journalistes professionnels des six agences locales et le réseau de correspondants valorisent les entrepreneurs en leur donnant directement la parole. Cela se confirme aussi lors de rendez-vous économiques événementiels que le média organise. En filigrane, c'est le développement de l'île qui se joue au fil des numéros.

**IDÉE REÇUE**  
**L'IMPACT DU NUMÉRIQUE SUR LES INDUSTRIES CULTURELLES ET CRÉATIVES SE LIMITE AU E-COMMERCE.**

**FAUX**

La distribution n'est pas le seul maillon de la chaîne de valeur impacté. Le numérique transforme tout. Le processus créatif d'abord : toutes les parties prenantes sont impliquées, au sein de l'entreprise (nouveaux outils et mode projet) et en dehors (le consommateur devient cocréateur). Les modes de production évoluent aussi avec la personnalisation des produits, le raccourcissement des délais de production ou encore la multiplication des prototypes.

Source : Étude « Comment le numérique transforme les industries de la French Touch » - Bpifrance Le Lab - 2017

## PATRIMOINE : LA TRADITION PORTÉE PAR L'INNOVATION

ANNE VILLETTE

Directrice d'investissements senior, Bpifrance

La France est une terre de culture au patrimoine riche. En 2019, ce secteur regroupant notamment les musées et sites patrimoniaux, représentait 4,9 milliards d'euros de chiffre d'affaires grâce à son réseau culturel physique dense réparti sur tout le territoire et accueillant près de 70 millions de visiteurs par an (dont la moitié d'étrangers).

Les innovations technologiques se mettent aujourd'hui au service du patrimoine culturel, afin de le valoriser, de toucher de nouveaux publics et de préparer l'avenir de ce secteur essentiel à nos territoires autant au niveau économique que social.

La France, qui bénéficie d'une expertise reconnue du fait de son histoire et de son patrimoine, offre un terreau fertile pour innover. D'ailleurs, si elle est riche de son patrimoine, elle l'est aussi de son innovation ! Ce mariage de raison permet à la culture de se réinventer et de prendre de nouvelles dimensions afin de répondre à la tendance expérientielle caractéristique du secteur, via par exemple :

- Un enrichissement de l'expérience visiteur in situ grâce à de nouveaux outils, dispositifs et contenus innovants enrichissant la médiation ;
- De nouvelles expériences immersives à travers la réalité virtuelle, augmentée ou encore la projection 360°, qui permet un nouveau regard du visiteur vis-à-vis d'une œuvre, de faire renaître un patrimoine disparu, de créer de l'interactivité et de l'émotion, d'attirer de nouveaux publics... Ainsi l'entreprise Emissive par exemple – qui réalisa sa première levée de fonds de 2,9 millions d'euros auprès du fonds Tech & Touch de Bpifrance – propose la première expérience totalement immersive : équi-

pés de dispositifs de réalité virtuelle, les visiteurs explorent la cathédrale Notre-Dame de Paris à travers les siècles ;

- La création de nouveaux formats d'expérience muséale « digital native » comme les musées virtuels, qui représentent une nouvelle brique du « métavers culturel ».

Ces tendances expérientielles portées par le digital permettent d'adresser l'enjeu principal de démocratisation de la culture. En la rendant plus accessible et plus inclusive, elles favorisent son accès à de nouvelles cibles en faisant fi des barrières générationnelles, géographiques ou psychologiques.

C'est aussi l'innovation qui permet au patrimoine culturel français, déjà reconnu dans le monde entier, de dépasser les frontières, faisant rayonner la French Touch et ses entrepreneurs à l'international. C'est un bel exemple de transversalité entre la Tech et la Touch, soit comment l'innovation sert le patrimoine, mais aussi, comment la renommée du patrimoine français met en valeur nos innovations technologiques.

## MILOÉ, PRÉSERVER SA SANTÉ ET CELLE DE SES PROCHES

VANESSA BIANCONI

CEO et fondatrice, Miloé

Miloé, plateforme spécialisée dans la gestion de la santé, permet depuis sa création en 2015 de mieux prendre en main sa santé et sécuriser son quotidien. Retour avec Vanessa Bianconi, fondatrice de la health-tech, sur son histoire.

En 2015, après plusieurs années passées dans le secteur commercial, Vanessa Bianconi a fait le tour de la question et veut s'essayer à autre chose, voir plus grand. Elle fouille alors dans ce qui l'anime, et dans un passé aux souvenirs parfois douloureux. « Je souffre d'une scoliose, une pathologie pesante au quotidien. J'avais une mauvaise posture qui générait des douleurs terribles et je devais suivre de multiples traitements », se rappelle Vanessa Bianconi. « J'ai enduré plusieurs opérations très lourdes à l'adolescence suite auxquelles j'ai dû suivre de nombreux traitements ». Même si la douleur est considérable, ce qui a profondément marqué cette jeune Corse, c'est le manque de com-

munication entre les équipes de soins qui l'entouraient. « Mes lourds traitements ont aggravé mon état de santé, ce qui a engendré plusieurs prises en charge urgentes par les secours. La faille dans le partage de mes informations de santé m'a mise en danger plus d'une fois ».

### PRENDRE SA SANTÉ EN MAIN

Cette idée en tête, Vanessa part aux États-Unis où elle fait la découverte du bracelet médical, très répandu sur le territoire. L'idée lui plaît et fait sens avec son histoire. Elle emmagasine alors toutes les informations possibles, et une fois revenue en France, la jeune femme se rapproche de plusieurs professionnels de santé pour mettre au point son projet. « Lorsque je me suis lancée, j'ai rencontré de nombreux freins et notamment l'immaturité du marché. Cependant, j'ai vu cela comme l'opportunité de prendre le temps d'étudier ce marché pour mieux comprendre les besoins et y répondre. Quand on démarre une innovation, quelle qu'elle soit, il y a toute une série de process qu'il faut changer. Les comportements dans le secteur de la santé, en France, en font partie et sont aujourd'hui encore très difficiles à modifier », note l'entrepreneuse. Miloé voit rapidement le jour, d'abord sous la forme d'un carnet connecté. Puis à force de travail et de recherche, il grandit, se mue, et devient une plateforme permettant au patient d'organiser, gérer et partager ses données médicales de manière digitalisée et sécurisée. « Sur son espace, le patient, ou le professionnel de santé à qui il choisit de transmettre ses informations, a une vue d'ensemble sur ses

allergies, ses pathologies, ses contacts en cas d'urgence ou encore ses traitements, le tout classé par spécialité ».

Ces informations génèrent automatiquement une fiche médicale d'urgence matérialisée sous la forme d'un objet que les secouristes et professionnels de santé peuvent scanner pour y avoir accès et ainsi prendre connaissance des informations liées à la santé du patient. Cela peut prendre la forme d'une carte à glisser dans son portefeuille, d'un médaillon à accrocher à son sac ou son cartable, pour les plus petits. Elle peut également se décliner en sticker à fixer sur son casque ou son smartphone. « Dans cette fiche on peut aussi retrouver des informations telles que l'endroit où le patient range son adrénaline ou un handicap particulier », précise Vanessa Bianconi. Courant 2021, l'entrepreneuse, forte de son expérience du marché, se rend compte qu'il y a un vrai besoin d'informations sur la prévention santé, un constat qui la pousse à développer un « Netflix de la santé ». « Une fois qu'on a défini les besoins de notre adhérent, on va pouvoir lui proposer des contenus personnalisés et scientifiquement validés sur des thématiques telles que l'alimentation, le sommeil, l'anxiété, l'activité physique ou encore la motivation, tous validés par notre comité scientifique ou créés par des experts du secteur ». Avec plus de 32 000 produits vendus sur tout le territoire, Miloé séduit aujourd'hui une cible très large. Organismes sportifs, mutuelles, assureurs ou même collectivités proposent désormais la plateforme à leurs adhérents ou administrés.

RETROUVEZ-NOUS À  
AIX-EN-PROVENCE LE 29 JUIN 2022  
LA-LONDE-LES-MAURES LE 2 JUILLET 2022  
SAVINES-LE-LAC LE 4 JUILLET 2022

## DES PAPAS ENTREPRENEURS

NICOLAS FRATINI ET FRÉDÉRIC IBANEZ

Cofondateurs, Les Agences de Papa

**Frédéric Ibanez et Nicolas Fratini, deux entrepreneurs dans l'âme, se côtoient à la sortie de l'école de leurs enfants. Cette rencontre fortuite engendre une belle amitié et complicité, préquel d'une brillante association professionnelle depuis octobre 2019.**

L'un est fort d'une expérience internationale dans l'immobilier, l'autre a initié la transformation digitale de son groupe de restauration. Frédéric et Nicolas sont animés par cette envie de bousculer les codes du secteur de l'immobilier : convaincus qu'il existe une alternative au modèle traditionnel, leur concept décomplexifierait ce marché en apportant une solution innovante, simple et dans l'air du temps. De leur complémentarité naît « Les Agences de Papa », une agence 100% digitale qui rend l'immobilier équitable en permettant au plus grand nombre d'accéder à la propriété à travers un parcours client en ligne et des frais d'agence fixes. Pour les entrepreneurs, « la différence s'est faite par notre vision du marché, par le biais d'un parcours personnalisé entièrement di-

gitalisé et par un prix juste. » Et parce qu'ils ne font rien comme tout le monde, le nom de l'entreprise est un clin d'œil à leur vie de papa. Après plusieurs mois de réflexion, le déclic est venu d'une question lancée par leurs enfants : « Vous travaillez encore sur les Agences de Papa ? ». Le concept venait de trouver son nom.

Inscrit dans l'ADN des Agences de Papa, l'entreprise est devenue la première « société à mission » dans le monde de l'immobilier. L'engagement sur des enjeux sociétaux d'importance fait partie intégrante de la raison d'être de l'entreprise, notamment sur le sujet climatique via la digitalisation de toutes les étapes de la transaction immobilière (économie de plusieurs tonnes de papier par an et réduction des déplacements grâce aux visites virtuelles). Après que leur entreprise soit devenue la première proptech\* à être cotée en bourse, Frédéric et Nicolas fourmillent encore d'idées et d'ambitions. Après le lancement de « Papa Partners », nouvelle offre qui ouvre la plateforme à tous les professionnels de l'immobilier à travers une collaboration interagence, la stratégie 2022 sera résolument tournée vers l'enrichissement de l'offre par une gamme complète de services connexes. Décidemment, ces papas ont plein de belles histoires raconter à leurs enfants chaque soir.

\* Proptech : terme collectif qui est utilisé pour les startups qui fournissent des produits innovants, technologiques ou des modèles nouveaux pour les marchés immobiliers.

## RÉIMAGINER LE VERRE POUR UN AVENIR DURABLE

OLIVIER ROUSSEAU

Président, Verallia France

Leader européen et troisième producteur mondial de l'emballage en verre pour les boissons et les produits alimentaires, Verallia offre des solutions innovantes, personnalisées et respectueuses de l'environnement. Le verre est produit, réutilisé et recyclé à l'infini, pour en faire le matériau d'emballage le plus durable au monde. En France, Verallia est un acteur industriel de premier plan, avec sept usines verrières implantées au cœur des régions viticoles et 2400 collaborateurs. À ce titre, le Big Tour est pour le groupe un moment d'échanges pour promouvoir le « Fabriqué en France » et l'économie circulaire. C'est l'opportunité d'être identifié par les consommateurs finaux comme le fournisseur des emballages en verre qui se retrouvent dans tous les foyers français et d'expliquer pourquoi le tri est particulièrement utile à la fois à cette industrie et à la planète. Verallia et le Big Tour, c'est un partenariat de trois ans promouvant le savoir-faire français d'excellence et ancré dans tous les territoires !

## ENTRE MER ET MONTAGNES

NICOLAS MAGENTIES

Directeur régional Provence-Alpes-Côte d'Azur, Bpifrance

**Sous l'amiral de Marseille, le siège de la direction régionale Provence-Alpes-Côte d'Azur et ses deux antennes locales d'Avignon et Nice rassemblent une soixantaine de personnes, mais aussi les quatre-vingt-dix personnes de la direction de l'expertise et du service client de tout le réseau Sud qui regroupe les régions Sud Provence-Alpes-Côte d'Azur, Corse et Occitanie.**

Entre mer et montagne, les entrepreneurs ont tout pour développer leur business. Avec son ouverture sur la Méditerranée, la région est une terre d'accueil comportant des villes cosmopolites et des grosses entreprises commerciales et exportatrices vers l'Afrique et l'Amérique. Pour les autres, elles sont majoritairement implantées dans les secteurs du tourisme (hôtellerie, restauration, événementiel...), de l'innovation de rupture mais aussi de l'industrie agroalimentaire, aéronautique, maritime et pharmaceutique, et des éner-

## L'INNOVATION EST PRÉSENTE PARTOUT

gies renouvelables. En effet, la région a été un précurseur sur la transition énergétique et écologique grâce à des gros faiseurs implantés localement et de nombreuses greentech qui se sont industrialisées pour devenir des offreurs de solutions.

L'innovation est présente partout, depuis la métropole Aix-Marseille jusqu'au technopole Sophia Antipolis à côté de Nice. En parallèle, la Région et Bpifrance ont développé des dispositifs de soutien aux entreprises comme le fonds régional de garantie Sud Garantie, ou encore SUD Accélérateur, programme d'accélération régionale dédié aux PME en forte croissance. En Provence-Alpes-Côte d'Azur, il fait bon vivre et il fait bon entreprendre.

## TEE : BRISER LE PLAFOND DE « VERT »

PHILIPPE KUNTER

Directeur du développement durable et de la RSE, Bpifrance

EMMANUEL SCHNEIDER

Responsable de la coordination du Plan Climat, Bpifrance

Si l'urgence climatique ne fait aucun doute, la tâche à accomplir peut paraître vertigineuse pour les entrepreneurs. Pour les soutenir dans ce défi de transformation, Bpifrance a lancé un Plan Climat ambitieux, qui fait écho à son positionnement de Banque du Climat avec la Banque des Ter-

ritoires au sein du groupe Caisse des Dépôts. Avec l'ADEME comme partenaire stratégique sur plusieurs dispositifs, ce plan ambitionne d'accompagner les entreprises dans leur transition énergétique et écologique (TEE), tous secteurs confondus, et de faire émerger et soutenir les licornes vertes, nouveaux leaders de demain. Ainsi, Bpifrance a engagé un « porte-à-porte » massif grâce à sa cinquantaine d'agences implantées sur l'ensemble du territoire, afin de guider les entreprises dans la mise en œuvre de plans d'actions climatiques au travers de différents outils : diagnostics sur la réduction des flux énergétiques, consommation d'eau et de matières, déchets, financements adaptés sur une durée longue... Loin d'être une contrainte, la TEE est vectrice de création d'emplois, de développement économique et participe à l'attractivité des entreprises. Pour l'accélérer, Bpifrance a lancé la communauté du Coq

vert, un réseau de plus de 700 entreprises engagées dans la TEE, afin de les mettre en relation, de créer des synergies entre elles, et de les aider à aller plus loin avec des formations adaptées. Parallèlement, Bpifrance porte une attention particulière aux greentechs afin de les faire croître « du labo à l'usine ». On estime en effet qu'il manque encore 50% des technologies pour atteindre les objectifs fixés lors des Accords de Paris. Au cœur de la réindustrialisation portée par France 2030, l'ambition est de créer les leaders de demain dans des secteurs aussi variés que l'agroalimentaire, les matériaux durables, l'hydrogène...

Afin d'engager la transition et répondre, ensemble, aux enjeux environnementaux d'aujourd'hui et de demain, de nombreuses formations et études sont disponibles sur les sites [bpifrance-universite.fr](http://bpifrance-universite.fr) ou [lelab.bpifrance.fr](http://lelab.bpifrance.fr).

### IDÉE REÇUE

**IL N'Y AURA PAS DE TRANSITION CLIMATIQUE SANS INNOVATION.**



### VRAI

L'innovation est un point commun important entre toutes les entreprises qui sont des « précurseurs ». Avec un périmètre plus large et abordable que la recherche & développement ou les nouvelles technologies, l'innovation est la clé de voûte de la transition, quels que soient la taille ou le secteur d'activité de l'entreprise.

Source : Étude « Les PME/ETI face aux enjeux climatiques : de la résilience à l'opportunité, les clés du passage à l'action » - Bpifrance Le Lab - 2021

**RETROUVEZ-NOUS À**  
LES SABLES-D'OLONNE LE 21 AOÛT 2022  
PORNIC LE 22 AOÛT 2022  
LE MANS LE 15 SEPTEMBRE 2022

## UNE CORDÉE POUR LE CLIMAT

**AMÉLIE PONCIN**

Chargée de coordination Plan Climat, Bpifrance

**NICOLAS FOUSSIER**

Directeur financier, Foussier

Amélie Poncin, aujourd'hui chargée de coordination du Plan Climat pour le réseau Ouest, a eu plusieurs vies chez Bpifrance : d'abord en tant que chargée d'affaires financement dans les Pays de la Loire où elle rencontre Nicolas Foussier, avant de s'orienter vers son poste actuel. Ses principales missions sont de participer au déploiement des solutions Bpifrance en faveur de la transition énergétique et écologique (TEE) et faire monter en compétences les collaborateurs et les dirigeants sur ces sujets.

Nicolas Foussier, quant à lui, rejoint l'entreprise familiale en 2019 comme directeur financier. Membre de la communauté Les Excellence, la société est accompagnée depuis plusieurs années par Bpifrance. Plus récemment, Foussier devient Éclaireur de la communauté du Coq vert, rejoignant le peloton des entreprises engagées dans la TEE.

Ensemble, ils illustrent la cordée Bpifrance, ce lien entre la banque publique et les entrepreneurs.

**INTERVIEW.**

**AMÉLIE PONCIN : BONJOUR NICOLAS, POUVEZ-VOUS NOUS PARLER DE CETTE BELLE ENTREPRISE QU'EST FOUSSIER ?**

**NICOLAS FOUSSIER**

Avec plaisir ! Foussier distribue des fournitures techniques pour tous les métiers du bâtiment. L'entreprise a été fondée en 1984 par mon père qui avait pour idée de simplifier la vie des artisans du secteur, en leur proposant une gamme de produits très diversifiée, répondant à quasiment tous les besoins et disponible en 24 h dans toute la France. L'entreprise en quelques chiffres clés : 45 000 références disponibles, 60 000 clients actifs, plus de 1 400 collaborateurs et 72 points de ventes. L'une de nos plus belles fiertés est d'avoir créé depuis presque huit ans une gamme de produits à faible impact environnemental, mais j'imagine que c'est de ça dont nous parlerons après.

**A.P. : EXACTEMENT ! COMMENT AVEZ-VOUS PRIS LE CHEMIN DE LA TRANSITION ?**

**N.F.**

Notre secteur, le bâtiment, a un impact environnemental important. Agir est indispensable. Beaucoup de choses ont été mises en place au sein de l'entreprise : le référencement des produits « verts » à faible impact dans notre catalogue, le suivi de notre consommation d'énergie, le renforcement de notre flotte de véhicules électriques ou hybrides, l'optimisation des livraisons... Sans oublier la double certification ISO 14 0001 et ISO 50 0001, que nous avons depuis sept ans. Avec du recul, je dirais que pour se lancer, il faut commencer par étudier l'impact de son entreprise et sa chaîne de valeurs, pour ensuite identifier les axes de progrès et mettre en

place des actions concrètes visant à réduire ce bilan année après année.

**A.P. : AVEC TOUTES CES ACTIONS, IMAGINEZ-VOUS POUVOIR ATTEINDRE LA NEUTRALITÉ CARBONE ET À QUEL HORIZON ?**

**N.F.**

Notre cœur de métier, c'est l'artisan, celui qui achète nos produits. Les comportements d'achats sont aujourd'hui liés à énormément de critères, dont l'écologie, mais ce facteur n'est pas un argument de vente à lui seul. Si la Covid-19 nous a bien appris une chose, c'est que les habitudes et les comportements peuvent évoluer très rapidement. Notre objectif, et je l'espère celui de beaucoup d'autres entreprises, est d'accompagner nos clients vers une consommation plus « verte ». À notre échelle, nous travaillons par exemple sur l'extension de notre gamme à faible impact afin qu'un maximum de consommateurs puissent trouver une alternative à leurs produits habituels. Nous sommes optimistes, pas à pas, nous arriverons à la neutralité carbone.

**A.P. : SI VOUS DEVIEZ RÉSUMER VOTRE ENGAGEMENT DANS LA TEE EN QUELQUES MOTS ?**

**N.F.**

« Bâtir ensemble pour demain ». C'est pour nous un vrai projet d'entreprise et la ligne directrice de l'ensemble de notre communication à tous les niveaux de l'entreprise. Cela guide nos actions pour le futur. Nous pensons fondamentalement que chaque étape de franchise est source d'envie de continuer, et c'est dans cette optique que nous demeurerons engagés pour proposer à nos successeurs un avenir plus durable.

## EN ROUTE AVEC LES INDISPENSABLES

**Portés par Carcept Prev, acteur de la protection sociale des salariés du transport, l'AFTRAL, 1<sup>er</sup> organisme de formation du secteur, et OPCO Mobilités, opérateur de compétences des métiers de la mobilité, les Indispensables valorisent les métiers du transport et de la logistique depuis trois ans.**

Secteur stratégique de l'économie, le transport représente 9% du PIB français avec plus de 90% des salariés en CDI, à temps complet. Avec 100 000 emplois à pourvoir, dont plus de 40 000 dans le transport routier, le secteur ne connaît pas la crise et assure un avenir durable.

Soutien quotidien, en tant que transporteurs de marchandises ou ambulanciers, ces métiers sont méconnus et pourtant essentiels. C'est ainsi que sont nés les Indispensables, qui rappellent leur rôle.

En participant au Big Tour, les Indispensables soulignent que le secteur recrute pour des postes non délocalisables, avec un engagement fort des entreprises pour la qualité de vie des salariés.

## À LA RENCONTRE DE L'INDUSTRIE LIGÉRIENNE

**MATHIEU DÉFRESNE**

Directeur régional Pays de la Loire, Bpifrance

Depuis sa création, Bpifrance accompagne les industriels grâce à son continuum de financement. Preuve de son engagement, Bpifrance porte depuis 2017 la communauté de La French Fab. Véritable étendard de l'industrie française, elle rassemble des entreprises industrielles de toutes tailles, crée des synergies entre elles et accélère la transformation de l'industrie française par la diffusion des concepts et technologies de l'Industrie du Futur.

Cet engagement passe aussi par la promotion du secteur auprès des jeunes grâce à la tournée French Fab Tour par exemple, en partenariat avec l'UIMM, ou encore le dispositif VTE dont l'objectif est d'attirer les jeunes talents vers les PME et ETI françaises.

À travers le plan France 2030 annoncé par le gouvernement en 2021, Bpifrance accélère son accompagnement des industriels à travers les trois axes complémentaires suivants :

- Une ambition et une dotation accrues dans ses produits de financement liés à l'investissement productif ;
- L'accompagnement des entreprises Deeptech dans leur développement depuis le laboratoire jusqu'à leur industrialisation grâce au programme « Première Usine » ;
- Le soutien des industriels dans leur transition énergétique et environnementale, vectrice d'opportunités business, de durabilité et d'attractivité.

Les Pays de la Loire ont une relation bien particulière avec l'industrie. En effet, si la région abrite certains fleurons nationaux comme les Chantiers de l'Atlantique ou Airbus, elle possède aussi un tissu de PME et ETI industrielles extrêmement développé grâce à l'implication sans faille du conseil régional. Parmi les actions locales, on peut notamment relever la dynamique du programme Territoire d'Industrie, qui permet aux entreprises de bénéficier d'aides supplémentaires dans leurs projets d'investissement.

Ce dynamisme ligérien est propulsé par cinq ambassadeurs French Fab départementaux, qui n'ont de cesse de promouvoir le savoir-faire local et de relayer les initiatives à leurs confrères industriels. En complément, Bpifrance propose une offre d'accompagnement dédiée au secteur de l'industrie avec des missions de conseil individuelles et des programmes d'Accélérateurs nationaux et régionaux, dans le cadre notamment d'un partenariat fort et historique avec la région des Pays de la Loire.

**IDÉE REÇUE**  
**IL N'Y A PLUS D'INDUSTRIES EN FRANCE.**



**FAUX**

**85% des PME/ETI industrielles ont leurs sites de production en France et 25% se déclarent « 100% made in France » (avec une production et des approvisionnements uniquement français).**

Source : Étude « Délocalisations et relocalisations de l'industrie française : entre mythes et réalités » - Bpifrance Le Lab - 2022

## QUAND LA MÉDECINE PRÉDICTIVE S'ATTAQUE À L'INSUFFISANCE RESPIRATOIRE

MARIE PIROTAIS

Cofondatrice et présidente, Biosency

Biosency conçoit et fabrique des bracelets connectés destinés aux patients atteints de pathologies respiratoires chroniques. Cette entreprise bretonne a su répondre à un besoin majeur en déployant une solution de télésurveillance.

La bronchopneumopathie chronique obstructive (BPCO) ne vous dit rien. Elle est pourtant la 3<sup>e</sup> cause de mortalité au monde

selon l'OMS, avec 385 millions de personnes touchées par cette pathologie chronique. « Cette maladie, qui est encore peu connue, peut engendrer des crises chez les patients, appelées exacerbations, qui entraînent des hospitalisations en urgence, voire des séjours en réanimation », explique Marie Pirotais, cofondatrice et présidente de Biosency. L'entreprise a mis au point un bracelet connecté, capable de mesurer la fréquence respiratoire du patient, son taux d'oxygène dans le sang, sa fréquence cardiaque ainsi que son activité et sa température cutanée, de façon régulière et automatique. Grâce à cette technologie de télésurveillance, « on pourra prédire ces exacerbations 3 à 5 jours avant l'apparition des premiers symptômes et ainsi prévenir le médecin pour adapter le traitement et éviter l'hospitalisation », affirme la dirigeante.

### L'innovation au service de la médecine

Ce projet est né autour d'un café entre Marie Pirotais, son associé Yann Le Guillou et son frère Frédéric. « Frédéric est pneumologue et président d'une association de patients. Il nous a parlé des enjeux autour de la BPCO. Il ne comprenait pas pourquoi il n'y avait aucune technologie de télésurveillance pour

cette pathologie. » Marie Pirotais et Yann Le Guillou, auparavant associés dans un cabinet de conseil pour les entrepreneurs, se penchent sur le sujet. Ils analysent le marché et observent le besoin autour de cet enjeu de santé. « Chaque année, la BPCO coûte plus de 3 milliards d'euros à l'Assurance maladie. » Créé en 2017, Biosency lance son dispositif médical en mars 2020, en plein confinement. « Les pneumologues étaient en première ligne face à la Covid-19, ce qui nous a freinés d'un point de vue commercial. Mais cela nous a aussi apporté des opportunités. Nous avons été lauréats de la Coalition innovation santé et avons obtenu le soutien de laboratoires comme Astra Zeneca et GSK », indique la cofondatrice de Biosency. La solution de l'entreprise a notamment servi pendant la crise sanitaire, pour désengorger les hôpitaux et assurer un suivi des patients à distance. Aujourd'hui, la société travaille en lien avec 150 pneumologues et accompagne plus de 600 patients en France. Marquée CE dispositif médical, Biosency souhaite à présent s'internationaliser sur divers marchés européens « notamment en Allemagne où on commence à prospecter », précise Marie Pirotais.

## RÉINDUSTRIALISATION : LA FRANCE SE REFAIT UNE SANTÉ

CLÉMENTINE LAMARRE

Responsable sectorielle santé innovation, Bpifrance

ROSALIE MAURISSE

Directrice des filières industrielles santé et sciences du vivant, Bpifrance

La récente crise sanitaire a révélé les enjeux de souveraineté liés à la délocalisation de la production dans l'industrie de la santé. Dans le cadre de l'appel à projets France 2030 « Première Usine », Bpifrance va accélérer l'émergence de premières réussites d'industrialisation par des startups industrielles, ou PME/ETI innovantes tous secteurs confondus. Cet accompagnement est particulièrement bienvenu dans la filière santé, du fait des risques liés au développement particulièrement long des produits de santé. Bpifrance partage ces risques.

En 2021, ce sont plus de 850 entreprises qui ont reçu pas moins d'un milliard d'euros d'aides à l'innovation et à la réindustrialisation, soit quatre fois plus que l'année précédente. Ces aides ont bénéficié à l'ensemble des entreprises du secteur : petites entreprises innovantes, entreprises pharmaceutiques, producteurs de flacons, producteurs de principes actifs, etc. Si l'urgence et la priorité étaient données aux entreprises participant à la lutte contre la Covid-19, cette période a également permis l'émergence de jeunes pousses qui ont eu l'opportunité de présenter leurs innovations.

En effet, les idées des entrepreneurs français sont prometteuses vis-à-vis de la médecine de demain ! Cette dernière s'articule autour de trois grandes thématiques :

- La biothérapie et la bioproduction, c'est-à-dire les médicaments issus du vivant ;
- La numérisation de la santé, accélérée par la crise sanitaire et touchant toutes les branches du secteur, du parcours patient jusqu'au développement de médicament ;
- La recherche contre les nouvelles maladies infectieuses.

Animé par cette même volonté de rassembler et soutenir les talents de la santé, Bpifrance lance sa dernière communauté « La French Care ». Représentée par un coq blanc, elle a pour ambition de faire de la France une force motrice dans l'innovation en santé, dans la recherche médicale et de créer des synergies entre l'ensemble des acteurs, qu'ils soient privés, publics, associatifs ou industriels.

## UNE BELLE HISTOIRE DE CONFIANCE

HERVÉ LELARGE

Directeur régional Bretagne, Bpifrance

En Bretagne, un chargé d'affaires Bpifrance est toujours à moins d'une heure de route de ses clients. Nous sommes en effet présents à Rennes, à Saint-Brieuc, mais aussi à Brest et à Lorient. Un entrepreneur, un banquier ou encore un expert-comptable y trouvera tous les services que Bpifrance propose dans son continuum : financement de l'innovation, garantie des prêts bancaires, financements, interventions en fonds propres, financements, garanties ou assurances à l'international ou encore accompagnement et créa-

tion d'entreprise... Si tous les secteurs d'activité sont actifs en Bretagne, l'agroalimentaire est particulièrement suivi avec une filière qui bénéficie d'un Accélérateur d'entreprises dédié. Recrutement, digitalisation et transition énergétique sont les sujets plébiscités par les dirigeants. En fil rouge, le Conseil Régional intervient sur de nombreuses initiatives : il participe ainsi au financement de deux Accélérateurs d'entreprises, il abonde un fonds de garantie régional dynamique, un prêt participatif de développement. Dès le début de la crise sanitaire, nous avons créé ensemble un Prêt Rebond, distribué depuis à plus de 400 entreprises bretonnes. Nous intervenons aussi ensemble sur le soutien aux réseaux d'accompagnement à la création d'entreprise. Sans oublier que Bpifrance est actionnaire et souscripteur de fonds d'investissement régionaux : Breizh Rebond, Bretagne Participations et Breizh Invest PME. Pas de doute : Bpifrance et la Bretagne, c'est une belle histoire de confiance.

## L'ACTION AU SERVICE DES FRANÇAIS

FRANÇOIS-XAVIER SELLERET

Directeur général, Agirc-Arrco

VIRGINIE GUY-LAGOUTTE

Directrice générale, Ma Boussole Aidants

L'Agirc-Arrco et Ma Boussole Aidants sont réunis pour apporter des solutions concrètes aux Français.

### POUVEZ-VOUS PRÉSENTER MA BOUSSOLE AIDANTS ?

V. G.-L. Ma Boussole Aidants, initiée par l'Agirc-Arrco, est un guide digital pour les 11 millions d'aidants. Gratuite, cette solution centralise les informations et aides disponibles et propose des solutions géolocalisées et personnalisées en fonction de la situation de l'aidant et de son proche.

### L'AGIRC-ARRCO, CE N'EST PAS QUE LA RETRAITE. QUE FAITES-VOUS EN PLUS ?

F.-X. S. L'Agirc-Arrco accompagne les entreprises et les assurés tout au long de leur vie. Notre mission : leur offrir des services personnalisés, de l'accompagnement et des actions de prévention pour leur carrière, leur vie personnelle et leur retraite. Pour cela, nous avons un réseau d'agences conseil retraite et de centres de prévention partout en France à votre service.

### IDÉE REÇUE

LES TPE/PME BRETONNES ONT RETROUVÉ LEUR RYTHME D'AVANT CRISE SANITAIRE.



### VRAI

Plus de la moitié des TPE/PME ont déjà retrouvé leur niveau d'avant crise fin 2021 et 29 % comptent le retrouver courant 2022. Au total, 82 % des PME auraient retrouvé leur rythme de croisière à l'horizon 2022, la proportion la plus élevée toutes régions confondues (66 % en moyenne).

Source : 74<sup>e</sup> enquête de conjoncture semestrielle - Bpifrance Le Lab - 2022

RETROUVEZ-NOUS À  
FÉCAMP LE 27 AOÛT 2022  
TROUVILLE LE 17 SEPTEMBRE 2022

## LES PARAPLUIES DE CHERBOURG : DE LA FICTION À LA RÉALITÉ

CHARLES YVON

Président, Le Parapluie de Cherbourg

**Fabricant de parapluies depuis plus de 35 ans, Le Parapluie de Cherbourg séduit une clientèle française et internationale et axe désormais son développement sur la transmission. Portrait.**

En 1964, les Français découvrent les premiers pas de la toute jeune Catherine De-neuve sous le regard de Jacques Demy dans le film Les Parapluies de Cherbourg. Au-

réolé de la Palme d'or au Festival de Cannes la même année, le film connaît un immense succès critique et populaire, des adaptations théâtrales à New York et Paris, mais aussi une adaptation plus concrète au sein même de la ville de Cherbourg. Vingt-trois ans après la création de l'œuvre devenue iconique, Jean-Pierre Yvon, photographe globetrotteur, flaire le bon filon. « Le film de Jacques Demy était connu dans le monde entier, cependant il n'existait pas de marque en tant que telle », raconte Charles Yvon, fils du fondateur du Parapluie de Cherbourg. En revenant dans sa ville natale de Normandie, Jean-Pierre Yvon décide de créer la marque « Le Véritable Cherbourg », une entreprise spécialisée dans la confection de parapluies.

### Une entreprise à l'abri des nuages

Après avoir collaboré avec un sous-traitant, Jean-Pierre Yvon décide d'ouvrir sa propre manufacture en 1994. « La qualité était de moins en moins présente dans la fabrica-

tion des parapluies. Mon père a donc restructuré l'entreprise pour qu'elle puisse accueillir un atelier », affirme le fils du fondateur, arrivé dans l'entreprise il y a maintenant dix ans. En 2018, lorsque Charles Yvon rachète l'entreprise, elle n'avait alors pas « une santé financière de feu ». Qu'à cela ne tienne, Charles Yvon, accompagné d'une dizaine de collaborateurs engagés et passionnés, se lance dans ce challenge d'envergure. En seulement six mois, ils étofferont le carnet de commandes grâce à un développement commercial et feront du savoir-faire la valeur ajoutée de leurs produits. En mars 2020, le dirigeant opère un autre changement de taille : le nom de l'entreprise qui passe du « Véritable Cherbourg » au « Parapluie de Cherbourg ». Avec plus de 20 000 parapluies confectionnés par an, deux boutiques à Cherbourg, 60 revendeurs en France et des distributeurs au Japon, en Corée du Sud ou encore au Benelux, l'entreprise semble aujourd'hui à l'abri de l'orage. Pour autant, cette Entre-

prise du Patrimoine Vivant (EPV) n'en oublie pas son devoir de transmission. « Nous tenons à être médiatiquement très présents, que ce soit à la télévision ou dans des articles de presse, afin de partager notre savoir-faire. La jeune génération apporte beaucoup d'importance au fait de travailler pour une marque qui communique et qui prend la parole avec conviction. Je pense d'ailleurs que notre marque employeur fait écho pour cette génération en quête de sens, et ça se ressent dans le nombre de candidatures que l'on reçoit chaque mois. »

Soucieux de la préservation et de la valorisation d'un savoir-faire unique, Charles Yvon a récemment entrepris de grands chantiers pour toute la partie muséographique de l'entreprise. Ateliers ouverts sur la boutique, cinéma, espace d'exposition des collaborations, espace de création de son propre parapluie ou encore salon de thé seront donc prochainement accessibles aux visiteurs.

## MADE IN NORMANDIE

TANGUY ROUDAUT

Directeur régional Rouen, Bpifrance

En Normandie, l'organisation de Bpifrance est pensée en miroir. Deux directions régionales maillent le territoire : à Caen pour la Manche, l'Orne et le Calvados, et à Rouen pour la Seine-Maritime et l'Eure. Pour chacune, vingt collaborateurs œuvrent au quotidien, représentent tous les métiers du continuum Bpifrance et connaissent tous les produits de la maison.

Côté clients, on peut noter une belle représentation de PME et ETI familiales historiques qui ont bien traversé la crise. Parmi elles, le secteur du tourisme est fortement représenté avec des clients hôteliers et restaurateurs, sur le littoral et dans les terres. Les moyens déployés pour le Prêt Rebond et le Prêt Tourisme ont contribué à ce succès.

L'industrie occupe également une place de choix dans cette région : on peut citer par exemple le secteur agroalimentaire présent sur le Sud Normandie et l'activité portuaire autour du Havre et le long de la Seine. Le secteur des énergies renouvelables n'est pas en reste : de nouvelles filières se développent autour de l'éolien offshore et de l'hydrogène. C'est une toute nouvelle activité qui se structure avec une forte volonté du conseil régional d'appuyer ce type de projets.

## FERRERO, LA PLUS NORMANDE DES ENTREPRISES ITALIENNES

THOMAS FENÉ

Responsable contenu RSE et corporate, Ferrero

MÉLANIE PAPIN

Coordinatrice engagement sociétal, Ferrero

Implanté depuis plus de 60 ans en France, Ferrero emploie 1 400 collaborateurs dont 1 000 en Normandie. Son usine de Vilers-Écalles, près de Rouen, fabrique 2,6

millions de barres de Kinder Bueno et 600 000 pots de Nutella par jour. 56 % des ingrédients utilisés sont d'origine française. « Le Big Tour valorise les atouts des territoires français et les savoir-faire des entreprises locales. C'est une opportunité pour nous d'y être associés », indique Thomas Fené. C'est aussi l'occasion de présenter l'engagement sociétal du groupe Ferrero à travers le programme "Kinder Joy of moving", un projet international qui promeut le sport chez les plus jeunes et favorise le développement des enfants. En France, en 2021, 520 000 enfants ont bénéficié du programme d'accès au sport en partenariat avec trois fédérations : athlétisme, basket-ball et handball. Chez Kinder, le credo est : « Un enfant épanoui aujourd'hui fera un adulte heureux demain ». À partager sur le Big Tour !

## JOUER COLLECTIF

ALEXANDRE RIGAL

Directeur du Développement et Les Excellence,  
Direction de la Communication, Bpifrance

En France, l'industrie sportive représente un poids économique de 91 milliards d'euros, 448 000 emplois, 360 000 associations sportives et 112 000 entreprises\*. Impliqués dans la vie locale, les clubs sportifs sont les porte-étendards des régions et

des collectivités. Créateurs de liens sociaux, ils sont des acteurs clés du dynamisme économique et social au niveau local. Ils facilitent la rencontre à la fois du grand public et des acteurs professionnels, créent un lien privilégié avec la jeunesse et partagent les mêmes valeurs que Bpifrance, à savoir la proximité, la simplicité, la volonté et l'optimisme.

C'est donc naturellement que depuis 2013, Bpifrance soutient et accompagne plus de cinquante clubs partenaires et anime depuis 2019 une communauté dédiée : Les Meneurs. Les clubs qui composent cette communauté ont été sélectionnés pour leur engagement au service de leur territoire, leur capacité à être un lieu de rencontre entre

acteurs et leur approche innovante au-delà de leur projet sportif. Les Meneurs, ce sont 55 clubs partenaires qui, par leur engagement, structurent l'écosystème du sport français. En Normandie, on compte trois clubs membres de la communauté des Meneurs : le Caen Basket Calvados, le STB Le Havre ainsi que le Rouen Métropole Basket.

Ainsi, l'accompagnement de Bpifrance auprès du sport français est un véritable partenariat au service des territoires, organisant au fil de la saison sportive de nombreux événements et créant de multiples points de contact afin de permettre aux clubs partenaires et aux dirigeants d'entreprises de se rapprocher et de créer des synergies. En parallèle, la communauté permet d'ac-

célérer le développement commercial des clubs, de renforcer leur visibilité médiatique et leur notoriété, d'échanger sur leurs bonnes pratiques et de monter en compétences grâce à du conseil et de la formation en présentiel ou à distance.

Aujourd'hui, la communauté prend un nouveau virage avec la création d'un Club Experts, qui incarne les acteurs de l'écosystème sportif offrant et apportant par leurs réflexions, expériences, produits ou services des solutions innovantes afin de dynamiser tous les acteurs de ce marché sur le plan sportif, économique, social et environnemental.

\* Source : Rapport BPCE 2020

## AGRICULTEURS, À VOTRE SERVICE !

**MATHILDE LEFRANÇOIS**  
Cofondatrice, Farmitoo

Elle est une entrepreneure née. En 2015, diplôme en poche, Mathilde se lance dans deux projets entrepreneuriaux liés à l'économie circulaire, avant de cofonder Farmitoo en 2017. Farmitoo, c'est l'aboutissement du sens et de l'impact qu'elle cherchait, dans un secteur agricole qu'elle chérit. La *marketplace* dédiée à la vente d'équipements pour les agriculteurs est en ligne. C'est avec une profonde envie d'aider la filière que Mathilde se lance dans ce nouveau projet : « Je me reconnais dans les valeurs qui animent les agriculteurs : passion, abnégation, altruisme. » Le défi est grand : secteur extrême-

mement technique, habitudes de consommation ancrées, concurrence... Mais la mission est forte, et la motivation à leur offrir le meilleur service l'est également.

### S'ENTOURER

Mathilde a pu compter sur l'aide de son mentor, Denis Fayolle, pour l'aider sur des problématiques spécifiques et notamment celle de la levée de fonds. Autour de ce mentor, d'autres entrepreneurs formant un réseau qui se soutient, échange et s'entraide. L'entrepreneuriat n'est pas une aventure solitaire. Mathilde, Grégoire et Pierre le prouvent : entre juillet 2021 et janvier 2022, Farmitoo a recruté 55 collaborateurs.

### S'ADAPTER

Une journée type dans la peau de Mathilde ? « Cela n'existe pas, et c'est ce que j'adore. Aucun jour ne se ressemble ; nous vivons au rythme de l'entreprise. Un jour nous travaillons sur notre levée de fonds, le lendemain nous participons à un atelier pour structurer

nos objectifs annuels ! ». Parmi eux, l'équité femmes-hommes. Chez Farmitoo, des collaborateurs aux investisseurs en passant par les managers, la parité est atteinte. Au regard du secteur agricole, cela peut être surprenant mais « c'est finalement très bien reçu », indique Mathilde. « J'encourage toutes les femmes à se lancer, et ce même lorsque le secteur qu'elles choisissent est très masculin. Et un jour, naturellement, ces questions ne se poseront plus. »

### SE PROJETER

Avoir une vision lointaine est essentiel pour faire grandir son entreprise. Pour Farmitoo, les prochaines étapes sont claires et audacieuses : devenir le site de référence en Europe sur ce marché, en développant de nouvelles propositions de valeurs. Au programme : création de communautés, mise en place d'un espace d'informations, proposition de nouveaux services... Le tout construit main dans la main avec les agriculteurs pour répondre au mieux à leurs besoins.

## BPIFRANCE S'ENGAGE POUR L'ENTREPRENEUR RIAT FÉMININ

**VANESSA GIRAUD**

Directrice des Fonds Filières et de la Stratégie,  
Direction du Capital Développement, Bpifrance

**En lien avec sa mission et son Plan stratégique, Bpifrance ambitionne de doubler le nombre d'entrepreneurs en France. À la tête de ces nouvelles entreprises, des femmes et des hommes audacieux, motivés, que Bpifrance va aider. L'un des moyens de le faire est le renforcement des moyens financiers alloués aux Plans d'Actions Régionaux pour l'Entrepreneuriat des Femmes (PAREF) en coordination avec les régions.**

Dans ses activités d'investissement, Bpifrance souhaite renforcer la part des entreprises dirigées par des femmes dans son portefeuille de participations directes. Pour cela, les équipes mesurent le pourcentage de femmes dirigeantes dans les sociétés au moment de l'entrée en relation, lors de l'étude approfondie des dossiers et quand elles investissent. En effet, la mixité est un véritable moteur de performance, de diversité et de réussite pour les entreprises.

Les femmes ont leur place dans tout type d'entreprise et dans tous les secteurs. Vanessa Giraud le sait bien : investisseuse depuis plus de dix ans dans des filières industrielles, elle a vu des parcours, des reprises, des cessions, des organisations où les femmes ont montré leur valeur. Avoir des femmes entrepreneures ou dans les instances dirigeantes en entreprise, résulte aussi du parcours qu'elles entament dès l'école. C'est pourquoi il faut revenir à la source et encourager les étudiantes à investir davantage des parcours encore aujourd'hui majoritairement masculins comme les écoles d'ingénieurs, de codage, et trouver des figures inspirantes pour la promotion de l'entrepreneuriat féminin. Les barrières ne sont plus là physiquement, il faut qu'elles disparaissent aussi mentalement. C'est dans cette optique que Bpifrance s'engage à poursuivre son déploiement d'actions, d'informations et d'orientations, notamment en participant à des événements majeurs de l'entrepreneuriat, en diffusant informations et témoignages sur ses plateformes web et sociales ou encore en mettant en avant la création d'entreprise par les femmes lors d'événements dédiés. Grâce à l'ensemble de ses outils, Bpifrance continuera de promouvoir et d'accompagner l'ensemble des entrepreneures et de s'engager en faveur de la diversité.

## LES FORCES VIVES

**NICOLAS MAURIN**

Directeur régional Île-de-France Ouest, Bpifrance

Pour caractériser les 350 collaborateurs du réseau Île-de-France de Bpifrance, Nicolas Maurin vous dira qu'ils sont jeunes, dynamiques et ultra professionnels ! Répartis entre Paris, La Défense et Val-de-Fontenay, ils accompagnent les entreprises franciliennes, des petites PME aux grandes entreprises ayant leur siège social dans la région. En parallèle, le lien avec les partenaires bancaires est très fort et les relations avec le conseil régional sont porteuses de solutions concrètes pour les entreprises tant en financement qu'en accompagnement.

Depuis le 21<sup>e</sup> étage de la Grande Arche de La Défense, la direction régionale Île-de-France Ouest peut entrevoir les trois départements dont elle a la charge : les Hauts-de-Seine et son vivier d'ESN (Entreprises de Services du Numérique) et de grandes entreprises, les Yvelines et le Val d'Oise qui sont des terres de belles PME et ETI familiales de l'industrie et du transport. Ici et comme partout, tous les métiers de Bpifrance sont représentés, et les chargés d'affaires parcourent les routes pour rester au plus proche de leurs clients.

Dans le réseau Île-de-France, on trouve toutes les typologies d'entreprises de tous les secteurs, ce qui en fait un territoire très représentatif du reste de la France. L'un d'entre eux tend à se démarquer : la direction régionale accompagne nombre d'acteurs des énergies renouvelables, de l'éolien au photovoltaïque en passant par la cogénération... qui font d'ailleurs écho à l'engagement très fort des collaborateurs pour le climat.

## LE PARISIEN, LE LIEN ENTRE CITOYENS ET ENTREPRENEURS

**SOPHIE GOURMELEN**

Directrice générale, *Le Parisien*

Dans une société qui se fragmente, à une époque où le besoin de nous rassembler n'a jamais été aussi fort, *Le Parisien* reste résolument fidèle à sa mission originelle en

s'adressant au plus grand nombre, aussi bien sur le papier que sur le numérique. Pour ses 23 millions de lecteurs chaque mois, *Le Parisien* est présent sur tous les terrains de l'actualité et ses 400 journalistes s'attachent à raconter la France et surtout l'Île-de-France exactes, tout en restant attentifs à l'intérêt général. Si la crise de la Covid n'a pas freiné l'envie d'entreprendre des Franciliens, cette aspiration présente un nouveau visage : l'explosion des « micro-entreprises ». *Le Parisien Économie* donne à lire des témoignages d'entrepreneurs, des enquêtes, des reportages et se positionne à leurs côtés pour les guider. Ils y retrouvent le même esprit qui les anime : fédérer toutes les énergies pour construire un avenir meilleur et y trouver toute sa place.

**IDÉE REÇUE**  
**LES FEMMES SONT  
SOUS-REPRÉSENTÉES  
PARMI LES CHEFS  
D'ENTREPRISES  
(ANCIENS ET ACTUELS)  
ET LES PORTEURS  
DE PROJETS.**

### VRAI

Ce "gender gap" ne saurait s'expliquer par un manque d'appétence pour la création d'entreprise :

50 % des intentionnistes sont des femmes, même si le statut d'entrepreneur est davantage considéré par les hommes que les femmes (25 % contre 22 %).

Source : Rapport IEF - 2021

## PROJETS ULTRAMARINS

**MURIEL TRAMIS**

Créatrice de jeux vidéo éducatifs et culturels

### TOUT AU LONG DE SES QUATRE VIES PROFESSIONNELLES, L'ATTACHEMENT À LA CARAÏBE NE L'A JAMAIS QUITTÉE.

Son diplôme obtenu dans une grande école d'ingénieur parisienne, l'ISEP, au début des années 80, Muriel Tramis entame sa carrière d'ingénieure dans la programmation de drones militaires, puis découvre cinq ans plus tard le domaine du jeu vidéo chez Cocktail Vision. Elle y conçoit Méwilo, un premier jeu sur la société créole puis Freedom avec un héros noir qui lutte pour sa liberté à l'époque de l'esclavage. En parallèle, elle co-crée la gamme de logiciels éducatifs ADI (Accompagnement Didacticiel Intelligent) qui met en scène un personnage virtuel qui établit un lien affectif avec l'élève et offre des parcours personnalisés : ce sont les prémices de l'intelligence artificielle.

La pionnière du jeu vidéo devient ensuite entrepreneure : dès 2003, sa société, Avantilles, se spécialise dans la réalité virtuelle appliquée à l'urbanisme. Du port de plaisance du marin au Club Med « Les Boucaniers », Muriel met en images virtuelles les zones touristiques de la Martinique mais aussi des projets de rénovation de villes (Grand Rivière, Le François).

Son regard sur l'entrepreneuriat ? « Le tissu économique de l'outre-mer est surtout composé de TPE. L'éloignement avec l'Hexagone comporte de nombreux inconvénients : la difficulté de participer à des salons européens ou l'absence de continuité territoriale notamment dans les tarifs de téléphonie.

Néanmoins, la Martinique, la Guadeloupe, la Réunion et la Guyane ont acquis le label "La French Tech", qui réunit les startups innovantes, signe de dynamisme collectif et participatif de ces territoires. »

Après un congé sabbatique dédié à l'écriture de romans, Muriel Tramis revient en 2017 à ses premières amours : le jeu vidéo.

Le secteur ayant profondément évolué, elle décide d'exercer son métier de *game designer* en tant qu'artiste-auteur et cheffe de projets au sein de sa nouvelle structure Sensastic Features. Ses projets sont aussi bien personnels, en collaboration avec La Réunion et Haïti, que des commandes martiniquaises.

Militante dans le milieu scolaire et associatif de Martinique et Guadeloupe, elle veut pousser les jeunes femmes à s'orienter vers des carrières scientifiques et techniques. Muriel est un « rôle modèle » pour de nombreuses femmes dans le secteur du numérique. Selon ses propres mots : « Ne vous mettez pas de barrières, foncez ! »

## ORANGE AU CŒUR DE LA TRANSFORMATION NUMÉRIQUE DES TERRITOIRES

Orange, un des principaux opérateurs de télécommunication dans le monde, œuvre chaque jour à l'aménagement numérique de tous les territoires en France. Le déploiement du très haut débit fixe et mobile, la data et l'IA sont au cœur de son modèle d'innovation. Tous ces grands chantiers d'infrastructure visent à favoriser le développement de nouveaux usages, partout et pour tous. Tout habitant et toute infrastructure d'une métropole, d'une ville médiane ou d'une commune rurale souhaitent se saisir des potentialités offertes par le numérique pour travailler, se divertir ou développer leur attractivité. Grâce à des équipes engagées et ses 79 000 salariés en France, Orange est une valeur sûre et responsable qui accompagne résidentiels et professionnels dans leur transformation numérique. Être partenaire du Big Tour 2022 est une démarche naturelle pour Orange, dont l'ADN d'opérateur historique est d'être un acteur de proximité dans tous les territoires.

## BPI TOUTE LA FRANCE

**MICHÈLE PAPALIA**

Directrice régionale Antilles-Guyane, Bpifrance

De la TPE au grand groupe, les îles et territoires ultramarins français sont des terres accueillantes pour ceux qui entreprennent. Ces derniers impulsent leur dynamisme au sein de tous les secteurs d'activité, notamment dans le traditionnel triptyque Industrie, BTP, Commerce et Services.

De par la nature de ces territoires, les entrepreneurs se doivent d'être habiles, agiles et réactifs, pour adresser des marchés complexes soumis à une pluralité de risques. Cette particularité attire et produit chaque année des viviers de créateurs d'entreprises, stimulant dynamisme et potentiel business sur les territoires d'outre-mer.

Pour accompagner au mieux ces entrepreneurs issus de tous horizons, les équipes Bpifrance agissent depuis la métropole mais aussi localement, avec un premier pôle Réunion-Mayotte-Pacifique et un second Antilles-Guyane regroupant Guadeloupe, Martinique, Guyane, Saint-Martin et Saint-Barthélemy.

Sur place, chaque chargé d'affaires, interlocuteur unique Bpifrance avec un savoir-faire 360°, propose aux entrepreneurs la gamme complète des dispositifs qu'ils soient d'accompagnement, de financement ou d'investissement. Si bien que dans le continuum des solutions Bpifrance, aucune n'est mise de côté pour permettre aux dirigeants de maintenir la compétitivité de leurs entreprises malgré les contraintes inhérentes aux territoires d'outre-mer.

En définitive, force est de constater qu'ici plus qu'ailleurs, Bpifrance est nécessairement « tout-terrain » pour faire face à de nombreux défis et porter haut les couleurs de ses coqs.

## LA DIGITALISATION AU SERVICE DE L'HUMAIN ?

**STÉPHANE BISCONTE**

Responsable Marketing digital, Direction de l'Animation du Réseau, Bpifrance

**Omniprésent dans nos vies, le numérique est trop souvent opposé à l'humain, d'autant plus depuis qu'il est associé à la crise sanitaire. Pourtant, « on s'aperçoit que c'est une opposition que l'on ne retrouve pas sur le terrain », nous explique Stéphane Bisconte.**

Loin de dépersonnaliser l'utilisateur, le digital permet au contraire de s'adapter aux besoins de chaque entrepreneur : de la recherche d'information à la participation à un événement en ligne, en passant par la recherche d'inspiration jusqu'aux solutions business dans son espace collaboratif qui concentre le meilleur de Bpifrance en ligne.

Ainsi, Bpifrance a développé un panel d'outils spécifiques à chaque besoin : Bpifrance Événements, Bpifrance Création, Big média, Bpifrance Université... permettant à chaque entrepreneur d'avoir accès à l'information ou à l'offre qu'il cherche, peu importe son heure de connexion ou sa localisation.

Si la digitalisation permet de faire tomber les barrières géographiques et d'être ouvert à toute heure, cela ne la rend pas impersonnelle. Pour l'entrepreneur, elle offre au contraire l'opportunité de resserrer son lien avec sa direction régionale à travers des échanges plus réguliers et de l'information directe sur les offres. « D'où la pertinence de rattacher le service de marketing au digital et à la direction de l'animation du réseau, pour garder la proximité du terrain ! » nous rappelle Stéphane. « En effet, pour proposer aux bonnes personnes les bonnes informations relatives aux offres ou aux événements qui les concernent, qui de mieux placés que ceux qui les animent ? »

Finalement, le digital active le trio gagnant pour accélérer les entreprises : l'inspiration, l'engagement et le business.

### IDÉE REÇUE

**AFIN DE RESTER UN MOTEUR DE LA CROISSANCE, LES PME DOIVENT RÉUSSIR LEUR TRANSFORMATION DIGITALE.**



### VRAI

54 % des PME répondantes sont conscientes du besoin d'adopter de nouvelles technologies pour rester compétitives à l'avenir et 76 % considèrent la digitalisation comme une de leurs priorités. Celles qui accordent une priorité élevée à ce sujet ont enregistré une croissance plus dynamique l'an passé et sont plus confiantes en l'avenir. Elles prévoient d'investir, d'innover et de s'internationaliser plus que les autres.

Source : Enquête « Enquête européenne PME : le défi de la transformation digitale » - Bpifrance Le Lab - 2020

## JEU 1

### LES MOTS CACHÉS AVEC ENGIE

ENGIE est un acteur majeur de la transition énergétique ! Premier fournisseur d'électricité verte, de gaz naturel et premier producteur de solaire et d'éolien en France. Vous aussi, maîtrisez sur le bout des doigts le monde de l'énergie avec ce jeu de mots cachés !

Retrouvez chacun des mots de la liste dans la grille de lettres. Ils peuvent être cachés horizontalement de gauche à droite, ou verticalement de bas en haut. Bonne chance !

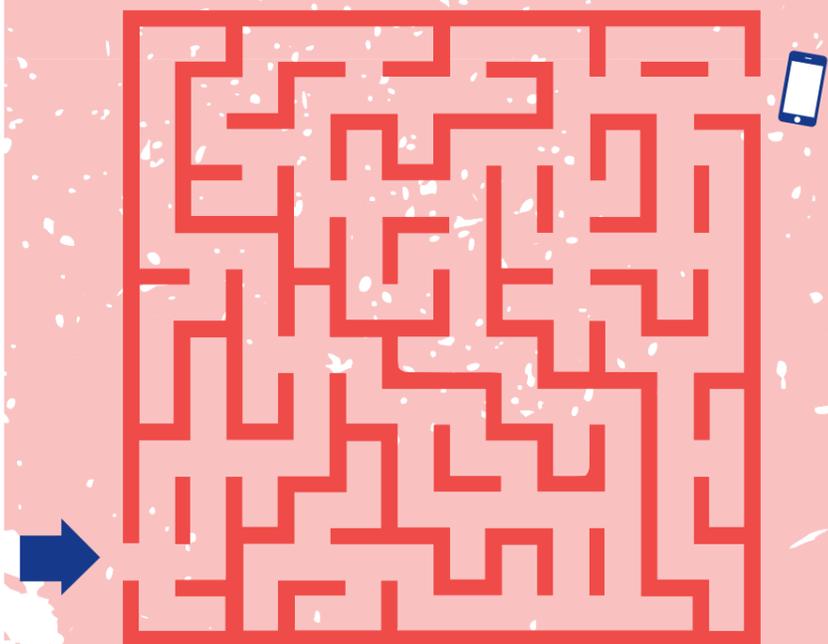
**BIOGAZ**  
**ÉCOMOBILITÉ**  
**ÉNERGÉTIQUE**  
**HYDROGÈNE**  
**PHOTOVOLTAÏQUE**  
**RENOUVELABLE**  
**DÉCARBONER**  
**ÉLECTRICITÉ**  
**FOURNISSEUR**  
**LEADER**  
**PRODUCTEUR**  
**TRANSITION**

S	K	Q	H	Y	D	R	O	G	E	N	E	N	T
Y	A	L	D	É	C	A	R	B	O	N	E	R	R
L	J	C	W	N	L	Q	C	Z	J	W	J	Z	K
E	C	O	M	O	B	I	L	I	T	É	F	Z	N
D	T	R	A	N	S	I	T	I	O	N	X	X	C
U	L	E	A	D	E	R	A	R	Y	U	J	H	N
I	K	M	B	I	O	G	A	Z	L	W	C	N	E
U	G	F	O	U	R	N	I	S	S	E	U	R	K
G	P	R	O	D	U	C	T	E	U	R	N	W	E
P	H	O	T	O	V	O	L	T	A	I	Q	U	E
S	K	R	E	N	O	U	V	E	L	A	B	L	E
M	E	N	E	R	G	É	T	I	Q	U	E	B	M
Y	J	Q	C	M	X	N	N	R	M	G	W	C	J
H	N	W	É	L	E	C	T	R	I	C	I	T	É

## JEU 2

### LE LABYRINTHE AVEC KILOUTOU

Thomas se passionne pour la construction et les engins de chantier. Pelleuse, chargeuse, ponceuse... Il connaît tout d'elles, de leur constructeur à leurs moindres spécificités techniques. Ces connaissances seront sûrement un atout dans sa recherche d'emploi ! Aide-le à retrouver son téléphone portable afin qu'il puisse trouver tous les emplois disponibles sur kiloutourecrute.com, site de recrutement de Kiloutou, 3<sup>e</sup> loueur européen et acteur majeur de la location de matériels en France !



## JEU 3

### LE VRAI/FAUX AVEC LA FÉDÉRATION BANCAIRE FRANÇAISE

La Fédération Bancaire Française (FBF) représente toutes les banques installées en France. Elle est la voix de la profession sur tous les grands enjeux et a pour mission de promouvoir l'activité bancaire et financière en France, en Europe et à l'international. Fortement engagée avec son programme d'éducation financière « Les clés de la banque » pour la sécurité et la prévention de la fraude, elle vous propose de tester vos connaissances en devinant si les informations ci-dessous sont vraies ou fausses !

	VRAI	FAUX
1. JE PEUX COMMUNIQUER MES CODES DE CARTE BANCAIRE OU DE SÉCURITÉ À MON CONSEILLER PAR TÉLÉPHONE OU PAR E-MAIL S'IL ME LE DEMANDE	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. AVANT DE CLIQUER SUR UN E-MAIL INATTENDU, JE M'ASSURE DE SON ORIGINE ET DE SA VÉRACITÉ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. LORSQUE J'AI UN DOUTE SUR UN E-MAIL OU UN APPEL, JE CONTACTE MA BANQUE SUR SES COORDONNÉES HABITUELLES POUR VÉRIFIER	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. LES CANAUX DES FRAUDES SONT TRÈS VARIÉS (E-MAIL, PUBLICITÉ, APPEL TÉLÉPHONIQUE, RÉSEAUX SOCIAUX...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. MA BANQUE PEUT ME DEMANDER D'EFFECTUER UN VIREMENT POUR RÉALISER UN TEST TECHNIQUE	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. IL PEUT ÊTRE OBLIGATOIRE DE VERSER UNE SOMME D'ARGENT À UN ORGANISME DE CRÉDIT POUR OBTENIR UN PRÊT PLUS FACILEMENT	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Réponses : 1. Faux ; 2. Vrai ; 3. Vrai ; 4. Vrai ; 5. Faux ; 6. Faux

## JEU 4

### LE QUIZ DE HUBSIDE.STORE

Tisser des passerelles intelligentes entre le monde digital et le monde physique, c'est ce qui anime l'entreprise Hubsidestore au quotidien dans son réseau de magasins connectés. Faire rimer économies avec démarche écoresponsable : c'est cette conviction qu'ils mettent à l'honneur en reconditionnant les appareils électroniques. Pour affiner vos connaissances sur cet univers, faites le test !

#### 1. En moyenne, combien d'appareils inutilisés possèdent les Français ?

- a) 1
- b) Entre 1 et 3
- c) Plus de 3

#### 2. Combien de matériaux sont nécessaires en moyenne pour produire un smartphone de 200 grammes ?

- a) 2 kg de matières et 7 matériaux différents
- b) 20 kg de matières et 18 matériaux différents
- c) Plus de 200 kg de matières et plus de 70 matériaux différents

#### 3. Quelle est l'économie réalisée en achetant un smartphone reconditionné par rapport à un smartphone neuf chez Hubsidestore (en pourcentage) ?

- a) 5 %
- b) 15 %
- c) 30 à 40 %

#### 4. Quel est le temps moyen nécessaire pour le reconditionnement d'un téléphone chez Hubsidestore en magasin ?

- a) Entre 20 et 30 min
- b) Entre 1 et 2 heures
- c) 1 jour

#### 5. Combien de téléphones Hubsidestore a-t-il reconditionnés depuis son lancement ?

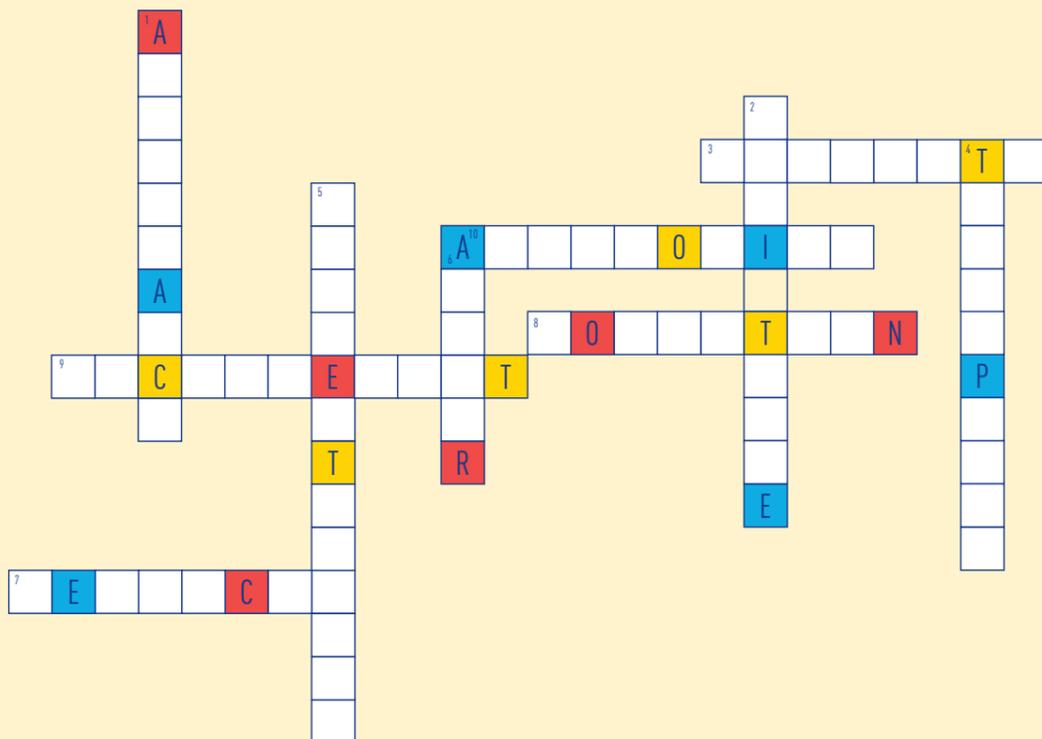
- a) 10 000
- b) 50 000
- c) 100 000

Réponses : 1. b) [Source Sondage Yougov x Hubsidestore 2021] ; 2. c) [Source ADEME] ; 3. c) ; 4. a) ; 5. c)

## JEU 5

### LES MOTS-CROISÉS AVEC OPCO MOBILITÉS

Opérateur de compétences des métiers de la mobilité, OPCO Mobilités est présent sur le Big Tour pour valoriser les métiers des services automobiles, de la logistique, des services associés et des transports. Approfondissez vos connaissances en retrouvant les termes associés aux définitions de ce mots-croisés !



1. Principe de formation qui consiste à passer un diplôme en suivant à la fois une formation classique au sein d'un établissement habilité et une formation professionnalisante.

2. Concerne la gestion des flux des produits et marchandises.

3. Elle peut être urbaine, géographique, professionnelle ou encore durable.

4. Route, rail ou navigation... Ce secteur d'activité est stratégique en France.

5. Un diplôme et une expérience professionnelle, une formation 100 % financée et un accompagnement personnalisé en entreprise.

6. (vertical) Les métiers de la mobilité permettent de l'envisager sereinement.

7. Cette activité se caractérise essentiellement par la mise à disposition d'une prestation technique ou intellectuelle.

8. Processus d'acquisition de connaissances et de compétences. Dans le do-

main de la mobilité, il en existe plus de 800.

9. Synonyme d'embauche.

10. (horizontal) Secteur d'activité qui concerne les activités liées à la vie d'un véhicule, de sa sortie d'usine à sa déconstruction et son recyclage.

Réponses : 1. Alternance ; 2. Logistique ; 3. Mobilité ; 4. Transports ; 5. Apprentissage ; 6. Avenir ; 7. Services ; 8. Formation ; 9. Recrutement ; 10. Automobile

#### BPIFRANCE

27-31 av. du Général Leclerc,  
94710 Maisons-Alfort Cedex  
RCS Créteil 320 252 489  
Date de fin de tirage :  
mars 2022

#### IMPRIMEUR

STIPA S.A.S  
8 rue des Lilas,  
93189 Montreuil Cedex

#### DIRECTION ARTISTIQUE

Studio Anne Denastas  
www.annedenastas.com ;  
Quentin Guillaume

#### DIRECTEUR DE PUBLICATION

Patrice Bégay

#### RESPONSABLE DE LA RÉDACTION

Cynthia Charaudeau

#### CONTRIBUTEURS

Clémence Mignon, Célia  
Maurance, Magali Poitout,  
Alexandre Floch, Elora  
Pawlaczyk, Laura Milazzo,  
Simon Tachdjian, Mélanie  
Bruyer

#### CORRECTRICE

Eloïse Trote

Cet exemplaire ne peut être vendu.

Ne pas jeter sur la voie publique.

N° ISBN : 978-2-9578700-2-8

Le Code de la propriété intellectuelle et artistique n'autorise, aux termes des alinéas 2 et 3 de l'article L.122-5, d'une part, que les « copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective » et, d'autre part, que les analyses et les courtes citations dans un but d'exemple et d'illustration, « toute représentation ou reproduction intégrale, ou partielle, faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause, est illicite » (alinéa 1er de l'article L. 122-4). Cette représentation ou reproduction, par quelque procédé que ce soit, constituerait donc une contrefaçon sanctionnée par les articles 425 et suivants du Code pénal.

## L'HOROSCOPE DU BIG TOUR



### BÉLIER

21 MARS AU 20 AVRIL

Des rues roses de Toulouse à la place de la Comédie à Montpellier, le Big Tour te donne des envies d'entreprendre sous le soleil d'Occitanie !



### TAUREAU

21 AVRIL AU 21 MAI

Savais-tu que Dijon était la cité des ducs de Bourgogne ? Comme eux, tu te sens l'âme d'un dirigeant et tu comptes sur le Big Tour pour te renseigner sur la création d'entreprise.



### GÉMEAUX

22 MAI AU 21 JUIN

En Bretagne, les spécialités culinaires ne manquent pas. Les entrepreneurs innovants, inspirants et leaders non plus d'ailleurs ! C'est l'endroit idéal pour créer ta société !



### CANCER

22 JUIN AU 22 JUILLET

Le Big Tour est l'occasion de prendre le grand air ! Rendez-vous à Savines-le-Lac, entre lac et montagne, pour insuffler un vent nouveau dans tes projets.



### LION

23 JUILLET AU 22 AOÛT

Ton programme de rêve en Auvergne-Rhône-Alpes : ski dans les Alpes le matin, déjeuner d'affaires dans un bouchon lyonnais à midi, balade sur le Big Tour l'après-midi !



### VIERGE

23 AOÛT AU 22 SEPTEMBRE

La région Pays de la Loire est une terre d'industrie. Avec le Big Tour, tu découvres les métiers de La French Fab et... coup de cœur ! Ton prochain job sera dans cette branche.



### BALANCE

23 SEPTEMBRE AU 22 OCTOBRE

La chance sourit aux audacieux ! Pour la provoquer, tu te rends sur l'une des étapes du Big Tour dans les Hauts-de-France pour développer ton réseau.



### SCORPION

23 OCTOBRE AU 22 NOVEMBRE

Spätzle, bretzels, kougelhopf... Après être venu au Big Tour en Grand Est, tu gagneras ta prochaine partie de Scrabble et une meilleure connaissance du marché agroalimentaire local.



### SAGITTAIRE

23 NOVEMBRE AU 21 DÉCEMBRE

Pas besoin de partir à l'autre bout du monde pour être dépaysé, une étape du Big Tour en Corse et tes envies d'export s'emballent !



### CAPRICORNE

22 DÉCEMBRE AU 20 JANVIER

Le point commun entre les châteaux de la Loire et le village du Big Tour ? Tu les connais par cœur ! Pas étonnant, tu passes des heures à les visiter pour parfaire ta culture entrepreneuriale.



### VERSEAU

21 JANVIER AU 19 FÉVRIER

En Nouvelle-Aquitaine, les merveilles de la nature méritent d'être préservées. En entrepreneur engagé, tu y participes en rejoignant la communauté du Coq vert.



### POISSONS

20 FÉVRIER AU 20 MARS

Sur les étapes du Big Tour en Normandie, tu as eu l'occasion d'écouter des entrepreneurs locaux témoigner sur l'émission Vive Ta Ville. Maintenant à toi de te lancer, et c'est une autre paire de Manche.

# MERCI À TOUS NOS PARTENAIRES

LE FESTIVAL  
DES ENTREPRENEURS



**bpifrance**  
SERVIR L'AVENIR



#BIGTOUR

bigtour.fr